

**Plan de negocio para crear un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda**

**Luisa Fernanda Cárdenas Millán**

**María Alejandra Santa Valencia**

**Universidad Tecnológica de Pereira**

**Facultad de Ciencias Agroindustriales**

**Especialización en Procesos Industriales Agroalimentarios**

**Pereira, Risaralda**

**Diciembre de 2018**

**Plan de negocio para crear un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda**

**Luisa Fernanda Cárdenas Millán**

**María Alejandra Santa Valencia**

**Trabajo de grado para portar al título de  
Especialista en Procesos Industriales Agroalimentarios**

**Director:**

**Juan Fernando Chica Builes**

**Universidad Tecnológica de Pereira**

**Facultad de Ciencias Agroindustriales**

**Especialización en Procesos Industriales Agroalimentarios**

**Pereira, Risaralda**

**Diciembre de 2018**

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

Juan Fernando Chica Builes

Director

Médico Veterinario Zootecnista, Especialista en Finanzas, Maestría en Administración

Facultad de Ciencias Agrarias y Agroindustria

---

Jurado

---

Jurado

Pereira, Noviembre de 2018

## Índice de contenido

1. Título .....	1
2. Introducción .....	1
3. Planteamiento del problema y justificación .....	2
4. Objetivos .....	6
4.1.Objetivo general.....	6
4.2.Objetivos específicos .....	6
5. Marco conceptual.....	6
6. Metodología.....	8
6.1 Análisis de mercado.....	11
6.2 Muestreo aleatorio simple .....	12
6.3 Análisis técnico-operativo.....	12
6.4 Análisis administrativo.....	13
6.5 Análisis jurídico-legal-ambiental.....	13
6.6 Análisis financiero.....	13
7. Resultados: Plan de negocio .....	15
7.1. Análisis de mercado .....	15
7.1.1. Investigación del mercado .....	16
7.1.1.1. Encuesta poblacional .....	12
7.1.1.2. Encuesta a competencia .....	25
7.1.2. Análisis del sector .....	34
7.1.2.1. Análisis CANVAS .....	36
7.1.2.2. Análisis DOFA.....	38
7.1.3. Estrategia DOFA.....	39
7.1.4. Estrategias de mercado .....	40
7.1.4.1. Análisis de las 4 P's .....	40
7.2.Análisis técnico-operativo .....	47
7.2.1. Proveedores y aliados .....	48
7.2.2. Plan de producción.....	51
7.2.2.1. Almacenamiento de producción .....	51

7.2.2.2. Proceso del servicio .....	53
7.2.2.3. Proceso de elaboración del plato.....	54
7.2.2.4. Proceso de elaboración del pan.....	55
7.2.2.5. Proceso de elaboración de proteína animal.....	57
7.2.2.6. Proceso de elaboración de proteína vegetal .....	59
7.2.2.7. Proceso de elaboración de salsas .....	61
7.2.2.8. Proceso de elaboración de toppings .....	66
7.2.2.9. Proceso de elaboración de acompañantes .....	66
7.2.2.10. Proceso de elaboración de bebidas .....	67
7.2.3. Diseño de carta (menú) .....	70
7.2.4. Definición de los espacios y áreas requeridas.....	72
7.2.5. Maquinaria, equipo y tecnología.....	75
7.2.6. Elementos, materiales y utensilios .....	80
7.2.7. Disposición final .....	82
7.3. Análisis administrativo .....	83
7.3.1. Misión .....	83
7.3.2. Visión.....	83
7.3.3. Objetivos de la organización.....	83
7.3.4. Valores de la organización.....	84
7.3.5. Estructura orgánica .....	84
7.3.6. Definición y descripción de las funciones .....	87
7.3.7. Selección y contratación .....	92
7.3.8. Orientación y entrenamiento.....	94
7.3.9. Estímulos y evaluación de desempeño .....	95
7.4. Análisis jurídico-legal-ambiental.....	95
7.4.1. Constitución de la organización.....	95
7.4.2. Requisitos jurídicos.....	96
7.4.3. Requisitos sanitarios .....	97
7.4.4. Requisitos ambientales.....	98
7.4.5. Requisitos laborales .....	101
7.4.6. Otros requisitos .....	102

7.5. Análisis financiero .....	104
8. Análisis de resultados.....	147
9. Conclusiones.....	147
10. Recomendaciones.....	149
11. Referencias bibliográficas.....	150

## Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de marco lógico.....	9
Tabla 2. Resumen metodológico.....	14
Tabla 3. Establecimientos de comida por el corredor y sector turístico de Termales Santa Rosa	34
Tabla 4. Análisis CANVAS.....	37
Tabla 5. Análisis DOFA .....	38
Tabla 6. Componente cereal .....	40
Tabla 7. Componente proteína animal y vegetal .....	41
Tabla 8. Componente sabor (hechas en casa) .....	41
Tabla 9. Componente toppings .....	41
Tabla 10. Componentes acompañantes.....	42
Tabla 11. Componentes bebidas .....	42
Tabla 12. Proveedores del servicio del restaurante.....	49
Tabla 13. Almacenamiento para producción .....	51
Tabla 14. Maquinaria, equipo y tecnología .....	75
Tabla 15. Elementos, materiales y utensilios.....	81
Tabla 16. Perfil o cargo y tipo de dotación.....	94
Tabla 17. Requisitos sanitarios .....	97
Tabla 18. Requisitos ambientales. ....	99
Tabla 19. Requisitos laborales .....	101
Tabla 20. Otros requisitos.....	102
Tabla 21. Balance Inicial.....	104
Tabla 22. Condiciones del crédito.....	104
Tabla 23. Flujo de caja del crédito.....	105
Tabla 24. Flujo de caja Año 1 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	107
Tabla 25. Flujo de caja Año 1(Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	108

Tabla 26. Flujo de caja Año 1 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	109
Tabla 27. Estado de costo del año 1.....	110
Tabla 28. Estado de resultados del año 1.....	110
Tabla 29. Balance General del año 1.....	110
Tabla 30. Flujo de caja Año 2 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	111
Tabla 31. Flujo de caja Año 2 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	112
Tabla 32. Flujo de caja Año 2 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	113
Tabla 33. Estado de costo del año 2.....	114
Tabla 34. Estado de resultados del año 2.....	114
Tabla 35. Balance General del año 2.....	114
Tabla 36. Flujo de caja Año 3 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	115
Tabla 37. Flujo de caja Año 3 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	116
Tabla 38. Flujo de caja Año 3 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	117
Tabla 39. Estado de costo del año 3.....	118
Tabla 40. Estado de resultados del año 3.....	118
Tabla 41. Balance General del año 3.....	118
Tabla 42. Flujo de caja Año 4 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	119
Tabla 43. Flujo de caja Año 4 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	120
Tabla 44. Flujo de caja Año 4 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	121
Tabla 45. Estado de costo del año 4.....	122
Tabla 46. Estado de resultados del año 4.....	122
Tabla 47. Balance General del año 4.....	122
Tabla 48. Flujo de caja Año 5 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	123
Tabla 49. Flujo de caja Año 5 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	124
Tabla 50. Flujo de caja Año 5 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	125
Tabla 51. Estado de costo del año 5.....	126
Tabla 52. Estado de resultados del año 5.....	126
Tabla 53. Balance General del año 5.....	126
Tabla 54. Flujo de caja Año 6 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	127
Tabla 55. Flujo de caja Año 6 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	128

Tabla 56. Flujo de caja Año 6 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	129
Tabla 57. Estado de costo del año 6.....	130
Tabla 58. Estado de resultados del año 6.....	130
Tabla 59. Balance General del año 6.....	130
Tabla 60. Flujo de caja Año 7 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	131
Tabla 61. Flujo de caja Año 7 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	132
Tabla 62. Flujo de caja Año 7 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	133
Tabla 63. Estado de costo del año 7.....	134
Tabla 64. Estado de resultados del año 7.....	134
Tabla 65. Balance General del año 7.....	134
Tabla 66. Flujo de caja Año 8 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	135
Tabla 67. Flujo de caja Año 8 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	136
Tabla 68. Flujo de caja Año 8 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	137
Tabla 69. Estado de costo del año 8.....	138
Tabla 70. Estado de resultados del año 8.....	138
Tabla 71. Balance General del año 8.....	138
Tabla 72. Flujo de caja Año 9 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	139
Tabla 73. Flujo de caja Año 9 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	140
Tabla 74. Flujo de caja Año 9 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	141
Tabla 75. Estado de costo del año 9.....	142
Tabla 76. Estado de resultados del año 9.....	142
Tabla 77. Balance General del año 9.....	142
Tabla 78. Flujo de caja Año 10 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.).....	143
Tabla 79. Flujo de caja Año 10 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.).....	144
Tabla 80. Flujo de caja Año 10 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.).....	145
Tabla 81. Estado de costo del año 10.....	146
Tabla 82. Estado de resultados del año 10.....	146
Tabla 83. Balance General del año 10.....	146
Tabla 84. Calculo de la TIR y VPN.....	147



## Índice de Figuras

Figura 1. Encuesta poblacional .....	17
Figura 2. Procedencia de la población. ....	19
Figura 3. Nacionalidad de la población .....	19
Figura 4. Consolidado de la proveniencia de la población en el sector turístico. ....	19
Figura 5. Papel en el núcleo familiar.16 .....	20
Figura 6. Composición del núcleo familiar.....	20
Figura 7. Toma de decisión al momento de comprar.....	20
Figura 8. Tipo de comida preferida para la familiar. ....	20
Figura 9. Le gustaría encontrar un sitio en donde le ofrezcan comida rápida saludable .....	21
Figura 10. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida rápida saludable. ....	21
Figura 11. Con qué frecuencia come usted fuera de casa .....	21
Figura 12. Aspectos que se consideran importantes al momento de escoger un restaurante.....	22
Figura 13. Inclinação del cliente al momento de elegir comida rápida .....	22
Figura 14. Encuesta a competencia.....	26
Figura 15. Productos alimenticios ofrecidos por los restaurantes.....	28
Figura 16. Horario (jornada) de atención manejada por los establecimientos.....	28
Figura 17. Platos promedio vendidos por los establecimientos en temporada baja y alta.....	28
Figura 18. Cantidad de empleados por establecimientos.....	29
Figura 19. Pago reconocido a los empleados por establecimientos.....	29
Figura 20. Rango de precios por plato vendido en los establecimientos .....	29
Figura 21. Ingresos promedio por establecimiento en un día normal dentro de semana.....	30
Figura 22. Ingresos promedio por establecimiento en un día normal en un fin de semana. ....	30
Figura 23. Tipo de ocupación donde funcionan los establecimientos .....	30
Figura 24. Antigüedad de funcionamiento del establecimiento.....	30
Figura 25. Aspectos que los establecimientos consideran para ser identificados.....	31
Figura 26. Logo del restaurante. ....	42
Figura 27. Ubicación del restaurante. ....	44
Figura 28. Canal de distribución del restaurante <i>Shanti</i> .....	45
Figura 29. Flujo de proceso del servicio.....	54
Figura 30. Flujo de proceso de elaboración del plato .....	54
Figura 31. Flujo de procesamiento de elaboración del pan .....	56

Figura 32. Flujo de procesamiento de preparación del pan. ....	57
Figura 33. Flujo de procesamiento de elaboración de proteína animal .....	58
Figura 34. Flujo de procesamiento de preparación de proteína animal .....	59
Figura 35. Flujo de procesamiento de elaboración de proteína vegetal.....	60
Figura 36. Flujo de procesamiento de preparación de proteína vegetal. ....	61
Figura 37. Flujo de proceso de elaboración de salsa tropical .....	62
Figura 38. Flujo de proceso de elaboración de salsa mayonesa .....	62
Figura 39. Flujo de proceso de elaboración de salsa criolla .....	63
Figura 40. Flujo de proceso de elaboración de salsa barbecue .....	63
Figura 41. Flujo de proceso de elaboración de salsa guacamole. ....	64
Figura 42. Flujo de proceso de elaboración de salsa maracu-yeah.....	64
Figura 43. Flujo de proceso de elaboración de salsa tropical. ....	65
Figura 44. Flujo de proceso de elaboración de salsa frutal. ....	65
Figura 45. Flujo de proceso de acompañante plátano horneado.....	67
Figura 46. Flujo de proceso de acompañante papa horneado .....	67
Figura 47. Flujo de proceso de jugo natural .....	68
Figura 48. Flujo de proceso de malteada natural .....	68
Figura 49. Flujo de proceso de smothie natural.....	69
Figura 50. Flujo de proceso extractos naturales.....	69
Figura 51. Flujo de proceso infusión natural. ....	70
Figura 52. Menú del restaurante .....	71
Figura 53. Plano del restaurante “Shanti” .....	73
Figura 54. Muebles del restaurante.....	81
Figura 55. Canecas con identificación decolores .....	82
Figura 56. Esquema organizacional.....	85
Figura 57. Dotación para los empleados.....	94

**1. Título: Plan de negocio para crear un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares, en el municipio de Santa Rosa de Cabal.**

**2. Introducción**

La alimentación es una de las necesidades básicas para todo ser vivo, en particular para los humanos; durante los últimos años ha crecido la conciencia de la importancia de una adecuada alimentación que se contrapone a la creciente tendencia al consumo de comidas rápidas en ambientes acelerados, por ello las personas optan por alimentos que puedan ser elaborados e ingeridos con rapidez, incluso, hasta en los momentos de esparcimiento familiar; este modo de vida ha generado diversas consecuencias negativas en la salud humana, debido a que casi siempre se acude a productos con altos contenidos de grasa, azúcar, conservantes, sabores artificiales entre otros, por lo que se relaciona el consumo de “comidas rápidas” con enfermedades como la obesidad, desnutrición, problemas cardíacos, alergias, problemas de azúcar en la sangre, adicciones, entre otros. Al igual que ha generado un impacto negativo para el medio ambiente, ya que al año se generan gran cantidad de desperdicios de comida en buen y mal estado, desechos plásticos de las diferentes envolturas y/o empaques empleados en su distribución y comercialización.

En el afán del cumplimiento de la alimentación y los deseos de saciarse, se consumen gran cantidad de alimentos que son de carácter “Fast food” o comida rápida, como hamburguesas, hot dogs, pizzas y otros como los wraps, creps, productos que se encuentran con mucha facilidad tanto en grandes superficies de alimentos preparados como en las esquinas de los barrios.

Sin embargo, ese auge creciente por una alimentación saludable ha llevado a que muchos en la industria alimentaria piensen en los ingredientes que están incluyendo en sus recetas y procesos, buscando satisfacer esta demanda que lleva consigo una concientización de la salud y del estilo de vida, ya que aun en ella se pueden crear alternativas de alimentación saludable.

Por lo anterior, este documento pretende elaborar un plan de negocio de comida rápida saludable, como restaurante, con la finalidad de ofrecer una alimentación sana y de elaboración rápida.

### 3. Planteamiento del problema y justificación

Santa Rosa de Cabal se encuentra ubicado en el triángulo de oro, aproximadamente el 73% de sus actividades económicas corresponden a establecimientos de comercio, restaurantes y hoteles (Cámara de comercio, 2014), para el año 2011 el sector de restaurantes y hoteles presentó participación que incluía 555 empresas suscritas, donde la oferta de restaurantes, bares y hoteles ocupa un segundo lugar con el 16,34%, dejando ver la dinámica del municipio que cada día acoge un alto nivel gastronómico (Cámara de comercio, 2010, 2011, 2014). Según el DANE a nivel nacional el gasto promedio per-cápita diario para turistas, el concepto de alimentos y bebidas se encuentra ubicado en primer lugar referente a otros como alojamiento y transporte con un total de \$13.873 pesos colombianos (DANE, 2016) lo cual indica un gasto alto en temas gastronómicos.

Según la Cámara de Comercio (2012) la vocación productiva rural del municipio de Santa Rosa de Cabal, se enfatiza en el turismo con sus restaurante y hoteles, además de la producción y comercialización productos agroalimentarios como el “chorizo santarrosano” el cual es un atractivo de tradición con más de 20 productores, pero todavía no hay existencia de restaurantes familiares con especialización de alimentos saludables y a la vez de “comida rápida”; es por esta razón que se desea entrar en el negocio debido a que podría constituir un atractivo en un segmento de mercado poco estudiado, además de la ubicación en el corredor turístico que dirige hacia los Termales, pues es un lugar de relevancia para los más de un millón de visitantes al año en temporadas altas por sus bellos paisajes (Alcaldía de Santa Rosa de Cabal, 2014) de los cuales 32,6% son provenientes del Valle de Cauca, 29,% de Antioquia, 9,9% Bogotá, 9,9% de Risaralda, 3,6% de Quindío, extranjeros con 1,1% y de otras partes del país 13,3%.

Los negocios de los restaurantes actuales se inclinan por una oferta dirigida a familias con niños que influncian la toma de decisiones en cuanto a los sitios para comer, es así que los empresarios están formulando negocios que incluyan alimentación con entretenimiento atrayente, así lo demuestran los estudios que justifican la importancia de la opinión de los niños en la toma de decisiones familiares como los *“estudios de la Asociación Estadounidense de Investigación de consumo que indica que los pequeños son los responsables de poco más del 30% de las decisiones de gasto de un hogar”*; Por ello, el público infantil o familiar es foco del sector gastronómico que desea ir más allá de la “cajita feliz” (Revista Dinero, 2014).

Estas nuevas tendencias de platos nuevos, nuevos conceptos, nuevos servicios y técnicas (UNID, 2014) y requerimientos del mercado han iniciado la creación de servicios de restaurantes estratégicos a partir de alimentos saludables y de entretenimiento; un alimento saludable comprende la característica de ser *completo*, ya que debe contener todos los macro, micro-nutrientes (proteína, grasa, carbohidratos, vitaminas y minerales), agua y fibra, *equilibrados* pues incluye cantidades adecuadas de los grupos alimenticios, los cuales al ser combinados aportan la proporción de nutrientes para promover el crecimiento y/o mantenimiento de la salud, debe ser *suficiente en energía y nutrientes* que promueva en los niños el crecimiento, adecuado pues se ajusta a los gustos, preferencias, recursos económicos y hábitos alimenticios de los individuos y finalmente, debe ser *inocuo*, es decir, libre de contaminantes, sustancias tóxicas y otros factores que vayan en detrimento del estado de salud de quien lo consume (Ministerio de salud, 2017).

Dentro de las preferencias alimenticias de los niños, adolescentes y algunos adultos debido a factores como el tiempo, la rutina, estilo de vida y económicos se encuentra el consumo de la “comida chatarra”, que fomenta malos hábitos alimenticios con consecuencias como: obesidad, desnutrición, trastornos hormonales y metabólicos, a lo cual la OMS ha llamado la “epidemia del siglo XXI”, pues dichas enfermedades han aumentado en un 40% a nivel mundial en los últimos 10 años (Dunoyer et al., 2017) y afecta actualmente a 250 millones de latinoamericanos, sector económico del cual se aprovecha las grandes superficies como KFC, Mcdonalds, Burger King, Frisby y otros, que se identifican por sus menús poco diversos con alimentos contraproducentes, escasa nutrición, muchas calorías, poca proteína, exceso de grasa, sal y preservantes, bajos en calcio vitaminas y fibra.

Sin embargo, según estudios de Nielsen, hoy en día el 80% de los colombianos seleccionan alimentos que ayudan a prevenir enfermedades, con alimentos naturales en un 70% y bajos en azúcar en 59%, buscan alimentos con procesos menos invasivos como productos orgánicos, pocas alteraciones químicas y amigables con el medio ambiente (Nielsen, 2017), estas son tendencias socio-culturales con las que las familias retornan hacia lo natural sin dejar de un lado las preferencias gastronómicas.

Según (Ardila Pinto, et al., 2013) en el Documento nacional hábitos y prácticas alimentarias, hallazgos nacionales a partir del análisis departamental PAE-UNAL, en Bogotá existe diversidad de prácticas culinarias ya que se concentra repertorios alimentarios de todo el país, pues es paso

obligado en la comercialización nacional de la mayoría de productos agrícolas y pecuarios, en el Eje Cafetero, entendido este como Caldas, Risaralda, Quindío, Norte del Valle y Sur de Antioquia, prevalece el consumo de: Plátano, café, frijol, carnes de animales de cría, arepa, empanada, chicharrón, embutidos “criollos”, bien sea: Asado, cocido, estofado, destilado, calentados, horneado. El plátano y la papa son ingredientes de consumo generalizado en el país, están presentes en la dieta de todas las poblaciones étnicamente diferenciadas y en el resto de los habitantes. Siendo la papa empleada como base de comidas rápidas (en salchipapas, papa “a la francesa”, o criolla frita), o como acompañante (frita o cocida con sal) de la proteína animal disponible (pollo o carne).

Surge entonces, la iniciativa de un restaurante de comida rápida saludable, donde los clientes no sólo encuentren un lugar para comer sano, sino que a la vez encuentren un sitio acondicionado para la diversión y el entretenimiento, dirigido a las familias con infantes o “núcleos familiares” de 5 integrantes que según Cámara de Comercio (2012) ocupan más 54,14% de los visitantes de acuerdo con la encuesta realizada a 181 personas en la zona de la salida turística de los Termales Arbeláez y Termales San Vicente, donde el gasto turístico es superior a \$500.000 pesos colombianos con 38,12% de los cuales la alimentación ocupa el tercer lugar de gasto con 27,8%, mientras que el primer y segundo son respectivamente transporte y alojamiento 31,3% y 28,7%.

Por el motivo anterior, se estudió la viabilidad y factibilidad de un restaurante de comida rápida saludable, a través de un Plan de Negocio, mediante la realización del estudio de mercado, el diseño técnico y operativo, los costos financieros, la estructura administrativa de acuerdo a los requerimientos legales y demás requisitos jurídicos-legales-ambientales para la creación del restaurante. Para el desarrollo de estos estudios se realizó diferentes metodologías que permitieron llegar al resultado final:

- ✓ Teoría de las cuatro Ps la cual consistió en evaluar el producto, precio, plaza y promoción mediante encuestas a posibles clientes y competencia.
- ✓ Análisis CANVAS que permitió evaluar los clientes, la oferta, infraestructura y viabilidad económica.
- ✓ Análisis DOFA y estrategias permitieron ver una visión amplia en cuanto al contexto interno y externo del plan, permitió dar un diagnóstico real en un momento específico de

las situaciones y factores que afectan positiva o negativamente y de allí se planteó las estrategias del mercado.

- ✓ Métodos cuantitativos y cualitativos para el diseño y distribución de planta, descripción de procesos, tiempos y recursos necesarios mediante consulta de normativa y presupuestos
- ✓ Estudio administrativo identificando operaciones del producto y servicio, funciones, visión, misión, objetivos estratégicos, estandarización de procesos, competencias de los perfiles y servicio externo.
- ✓ Revisión normativa
- ✓ Análisis y evaluación financiera, proyección de venta y rentabilidad

### **Pregunta de Investigación**

¿Cuál es la viabilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el sector turístico del municipio de Santa Rosa de Cabal?

### **Sistematización del Problema**

¿Cuál es el mercado pertinente relacionado con la creación del restaurante?

¿Cómo es el diseño técnico y operativo para la creación del restaurante?

¿Cuál es la estructura administrativa de acuerdo a los requerimientos legales del plan de negocio?

¿Cuáles son los requisitos jurídico-legales que se deben tener en cuenta para la creación del restaurante?

¿Cuáles son los costos financieros estimados para la creación del restaurante?

## **4. Objetivos**

### **4.1.Objetivo general**

Diseñar un plan de negocio para la creación de un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda.

### **4.2.Objetivos específicos**

- Analizar el mercado de acuerdo al segmento población objetivo.
- Realizar el estudio técnico y operativo de la creación del restaurante.
- Diseñar la estructura administrativa que cumpla los requerimientos del negocio y las exigencias del mercado.
- Realizar el análisis de la estructura jurídico-legal-ambiental de la creación del restaurante.
- Efectuar el estudio financiero para la creación del restaurante.

## **5. Marco conceptual**

Si bien desde épocas milenarias se ha utilizado la comida rápida como una respuesta a la necesidad de alimentar a un gran número de personas en poco tiempo, en la década de los noventa se convirtió en la mejor alternativa alimentaria en medio de una sociedad caótica con un ritmo de vida acelerado, donde el tiempo es valioso (Lago, et al., 2011); en el presente la comida rápida se ha constituido como tradición alimentaria, siendo común que sea incluida en el menú de muchos restaurantes de comidas tradicionales y/o típicos, donde no necesariamente responden a una condición de premura o falta de tiempo sino más bien por gusto por la comida rápida como lo expresa Benjarano, et. al. (2016), es decir, que los hábitos alimenticios están dados por diversos factores sociales, económicos y culturales.

Sin embargo, existe una creciente preocupación por cuidar la salud humana desde alimentación saludable dejando a un lado los productos llamados también “comida chatarra”, por productos que aporten a una adecuada nutrición con ciertas características como “bajos en grasa”, “bajos en azúcar”, “altos en proteína”, “sin gluten”, “sostenibles”, etc. características que cautivan tanto a jóvenes como adultos con base en las encuestas de mercado mundial (Nielsen, 2015) de estratos socioeconómicos casi siempre medio, medio alto y altos (Buitrago y Villegas, 2017).



Por ello, se ha estigmatizado el consumo de las “comidas rápidas” como “comidas basura o chatarra” (Colque y Jarro, 2015), puesto que en su gran mayoría se emplean materias primas, insumos, elementos e ingredientes con altos contenidos de conservantes, colorantes, saborizantes artificiales, grasas saturadas, azúcares, carbohidratos, etc, entre otros productos que son dañinos para la salud y que están generando enfermedades digestivas, cardíacas, respiratorias por lo que emana una creciente preocupación de la salud pública tanto a nivel nacional como en diversos países del mundo (Stoll et. al, 2016).

Si retomamos el concepto de comida rápida como “comida preparada y servida en un corto período de tiempo (Lago, et al., 2011), “podemos entonces plantear que no necesariamente por ser comida rápida esta no pueda estar preparada con ingredientes saludables que hagan un importante aporte nutricional a la alimentación y cuiden de la salud de sus consumidores, es decir, puede emerger la comida rápida saludable como un nuevo concepto de “comida rápida” donde se pueda ofertar el cubrimiento a la demanda de la población, cuya gran mayoría nace de familias que ven relevante el crecimiento integro de sus parientes (Stoll et. al, 2016).

Por lo anterior, es importante que la materia prima con la cual se produzca la “comida rápida saludable”, garantice siempre productos frescos, frutas y verduras de procedencia orgánicos y libres de agrotóxicos, carnes naturales sin aditivos (FAO, 2015) y con un adecuado cuidado de la cadena de frío y las materias primas que llegan procesadas sean naturales libres de conservantes y saborizantes artificiales (Colque y Jarro, 2015), de tal manera que la materia prima comestible haga su aporte nutricional, de la forma más apropiada y sana.

Contando con las materias primas adecuadas es indispensable que en todas las etapas de la cadena alimenticia (adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y consumo por parte del cliente) se asegure la calidad sanitaria e inocuidad de las mismas y de las instalaciones y equipos empleados, garantizando que los alimentos no causen daño al consumidor cuando se preparen y consuman, al igual que las buenas prácticas de manufactura (BPM) que deben ejercer todas las personas involucradas en el proceso (Aguirre, 2013).

Para garantizar una adecuada seguridad alimentaria se debe tener claro las BPM que eviten todo tipo de contaminación primaria, directa o cruzada, manteniendo los espacios de almacenamiento, preparación, consumo, los utensilios y herramientas debidamente desinfectados, siguiendo las

normas de higiene tanto para las instalaciones como para el personal. De igual manera es preciso dar un adecuado manejo a los desperdicios y basuras, sean estos líquidos o sólidos, utilizando métodos según su requerimiento físicos, químicos y/o biológicos.

Parte de la normativa que se debe cumplir para el adecuado seguridad alimentaria esta enmarcada en: Decreto 3075 de 1997 Titulo II condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos, el cual estable un conjunto de buenas prácticas de manufactura que deben ser acatadas por todo el sector alimenticio; Decreto 1575 de 2007 que establece un sistema por medio del cual se promueve el control y cuidado de la calidad del agua que se utiliza para el consumo humano con el objetivo de prevenir enfermedades causadas por su consumo; Decreto 60 de 2002 por el cual se promueve la aplicación del sistema de análisis de peligros y puntos de control crítico - HACCP en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación y la resolución 2905 de 2007, por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne y productos cárnicos comestibles de las especies bovina y bufalina destinados para el consumo humano.

## **6. Metodología**

La siguiente investigación está sustentada en la metodología de marco lógico (Aldunate y Córdoba, 2011) que dio como resultado unos supuestos e indicadores de evaluación del plan partiendo de unos propósitos, componentes y actividades; que se desarrolló mediante el método exploratorio-descriptivo (Cortés y León, 2005), ya que el primer método permitió dar un acercamiento y conocimiento superficial al planteamiento del problema con el fin que permitió identificar las variables más relevantes que influyen directa e indirectamente a la creación del restaurante de comida rápida saludable, debido a que es un tema poco estudiado en la región; y el segundo, logró plantear la descripción detallada de cada uno de los análisis propuestos en los objetivos con sus debidos riesgos asociados. Lo anterior, se sustentó mediante los enfoques cuantitativos y cualitativos (Sampieri et. al, 2010) con el propósito de determinar la factibilidad del plan de negocio; por medio de la consulta y recolección de datos e información de fuentes primarias y secundarias como encuestas estructuradas cerradas y abiertas a familias con mínimo un infante entre 3 y 15 años de edad, entrevistas a posibles proveedores y competidores, consulta

bibliográfica en libros artículos, revistas, páginas web, fuentes estadísticas oficiales colombianas, regionales y locales.

**Tabla 1. Matriz de marco lógico**

Descripción	Indicadores objetivos	Medios de verificación	Supuestos
<b>Directriz</b>			
Diseñar un plan de negocio para la creación de un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda.	Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda.	El Plan de negocio	Es factible un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda.
<b>Propósitos</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el mercado de acuerdo al segmento población objetivo.</li> <li>• Realizar el estudio técnico y operativo de la creación del restaurante.</li> <li>• Diseñar la estructura administrativa que cumpla los requerimientos del negocio y las exigencias del mercado.</li> <li>• Realizar el análisis de la estructura jurídico-legal-ambiental de la creación del restaurante.</li> <li>• Efectuar el estudio financiero para la creación del restaurante.</li> </ul>	Definir: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viabilidad de mercado de acuerdo al segmento población objetivo.</li> <li>• Viabilidad técnico y operativo de la creación del restaurante.</li> <li>• Viabilidad administrativa cumpliendo los requerimientos del negocio y las exigencias del mercado.</li> <li>• Viabilidad jurídico-legal-ambiental de la creación del restaurante.</li> <li>• Viabilidad financiero para la creación del restaurante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio de mercado de acuerdo al segmento población objetivo.</li> <li>• Estudio técnico y operativo de la creación del restaurante.</li> <li>• Estructura administrativa que cumpla los requerimientos del negocio y las exigencias del mercado.</li> <li>• Estructura jurídico-legal-ambiental de la creación del restaurante.</li> <li>• Estudio financiero para la creación del restaurante.</li> </ul>	En Santa Rosa de Cabal es rentable un restaurante de comida rápida saludable, cumpliendo los requisitos de ley, teniendo claro la estructura administrativa y técnico operativa, se atiende a un grupo poblacional que encuentra comida rápida saludable, eliminando el estigma que se tiene de que está es comida chatarra.

---

## Resultados esperados

<ul style="list-style-type: none"><li>• Estudio de mercado de acuerdo al segmento población objetivo.</li><li>• Estudio técnico y operativo de la creación del restaurante.</li><li>• Estructura administrativa que cumpla los requerimientos del negocio y las exigencias del mercado.</li><li>• Estructura jurídico-legal-ambiental de la creación del restaurante.</li><li>• Estudio financiero para la creación del restaurante.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Frecuencia de compra, volumen esperado de compra y precio esperado.</li><li>• Capacidad del proceso, número de comensales por día, volumen de insumo a procesar por día.</li><li>• Tipo de cargos, tipo de estructura organizacional, número de empleos directos e indirectos, número de empleos de medio tiempo y de tiempo completo, número madres cabezas de hogar contratadas.</li><li>• Número de normas a cumplir, número de normas cumplidas, número de normas cumplidas parcialmente.</li><li>• TIO, TIR, VNP</li></ul>	Facturas, actas, diseños, fotografías, registros, contratos.	Se cuenta con todos los insumos para cubrir la producción, se cumple a cabalidad los procedimientos de funcionamiento y existen las condiciones de mercado que permiten su adecuado funcionamiento.
--	---	--	---

---

## Actividades

Análisis de las 4 P's	El presupuesto con el que contamos es de \$ 1.214.000
Análisis DOFA	
Análisis CANVAS	
Plantear estrategias de mercado	El cual será distribuido para las diferentes actividades del proyecto.
Definición de los espacios y áreas requeridas	• Compra de materiales de papelería
Determinar maquinaria, equipo y tecnología	• Transporte
Plan de producción y adquisiciones	• Gasto de digitalización
Determinar los productos de la carta	
Determinar proceso de producción	
Determinar materias	

---

---

primas e insumos  
Determinar Proveedores  
Definir estructura  
organizacional y funciones  
Definir políticas  
Definir objetivos  
estratégicos  
Identificación matriz legal,  
jurídica y legal ambiental  
Realizar análisis y  
evaluación financiera  
Proyección de venta y  
rentabilidad  
Plan de ventas y compras

---

### **6.1 Análisis de mercado**

El estudio del mercado determinó la demanda, el poder adquisitivo de los consumidores y la comparación de los productos y servicios a ofrecer en la zona rural de la ubicación de la propuesta evaluando la viabilidad de la misma. Mediante la teoría de las 4 Ps de Mccarthy mencionadas en el artículo de Londoño et al. (2008) se analizó producto, precio, plaza y promoción, se estudiaron las percepciones del comprador acerca de las características de los productos del menú y el perfil de cada uno de los posibles clientes mediante encuestas a grupos familiares locales y turistas con preguntas cerradas y abiertas de interpretación cualitativa. También, se usó la herramienta *Canvas* del autor Osterwalder y Pigneur (2011) para el análisis del modelo de negocio de manera rápida y sencilla, mediante los 9 módulos planteados por el autor, donde todos ellos interrelacionados generarán las principales áreas del negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Así mismo, la Matriz DOFA se desarrolló con el propósito de proveer una visión amplia en cuanto al contexto interno y externo del Plan, logrando objetividad en la toma de decisiones pues permite dar un diagnóstico real en un momento específico de las situaciones y factores que afectan positiva o negativamente y de allí se planteó las estrategias del mercado.

Para la determinación de la población muestral del sector turístico de Santa Rosa de Cabal vía Termas Arbeláez y se realizó encuesta por muestreo aleatorio simple, donde la totalidad a realizar fue tomada como referencia el dato más cercano y real dado, donde se estimó que en el

2017 hubo 584.000 turistas en el sector vía termales (ingresos a Termales Arbeláez), correspondiente a 48.666 turistas por mes aproximadamente sin ningún tipo de estratificación o especificación poblacional (Maceras, 2018).

## 6.2 Muestreo aleatorio simple

Se determinó el tamaño muestral “n” de población a encuestar:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 Pq}$$
$$n = 195,213$$
$$n \approx 196 \text{ encuestas a turistas}$$

Donde:

N: Población finita conocida (48.666)

Z: Confiabilidad al 95% (1.96)

p: Variabilidad positiva 0.5 (50%)

q: Variabilidad negativa 0.5 (50%)

E: Porcentaje de error 0,07% (7%)

## 6.3 Análisis técnico-operativo

El estudio técnico-operativo planteó el diseño arquitectónico de acuerdo a los espacios y áreas requeridas según los procesos propuestos mediante la consulta de la normatividad legal vigente colombiana para distribución de áreas en restaurantes, determinando la maquinaria y equipos para elaboración de los alimentos. Así mismo, determinó la descripción de los procesos tanto internos al restaurante como externos con base a una carta de menú establecida, tiempos de operación para elaboración de cada producto, recursos necesarios para llevarlos a cabo, teniendo en cuenta las materias primas e insumos mediante los resultados de las entrevistas a proveedores y posibles competidores.

#### **6.4 Análisis administrativo**

El estudio administrativo se realizó con base a la teoría de Henry Mintzberg (2005) mediante las cinco partes fundamentales de la organización nombrada por Hurtado y Salamea (2012); la primera parte de esta teoría es la de operaciones con sus respectivas entradas y salidas relacionadas con el producto y servicio, las funciones deben estar dirigidas al aseguramiento de insumos, la transformación de los mismos en productos y su respectiva distribución de productos, con las demás funciones de apoyo; la segunda parte es el ápice estratégico donde se ubica la alta dirección, la función es asegurar el cumplimiento de la misión y visión mediante objetivos estratégicos y su relaciones con el contexto; la tercera parte es la línea media relacionada con la supervisión directa con nexo entre la primera y segunda parte; la cuarta parte es la tecnoestructura donde se realizó la estandarización de los procesos, se determinó competencias de los perfiles; y por último, personal de apoyo relacionado con el recurso, talento humano o servicio externo.

#### **6.5 Análisis jurídico-legal-ambiental**

El estudio jurídico-legal-ambiental se realizó mediante la consulta de legislación, jurídico y legal ambiental colombiana, mediante la elaboración de la matriz legal que tuvo como propósito la determinación y la descripción de cada uno de los requisitos legales pertinentes al plan de negocio.

#### **6.6 Análisis financiero**

El estudio financiero se elaboró mediante el método propuesto por Ríos (2011), el cual consiste en obtener la factibilidad del plan de negocio mediante el análisis de siete de las 12 razones, las cuales son: financieras de visualización amplia (estados financieros inicial y proyectado); de apalancamiento para inversión (propiedad, planta, equipos) y obligaciones financieras; de rentabilidad (activos) donde se analizaron las ganancias respecto a ventas; cobertura donde se analizó la capacidad para afrontar gastos fijo; punto de equilibrio para

determinar las ventas necesarias y cubrir los gastos requeridos (personal y otros gastos: servicios públicos, impuestos, mantenimiento) a un año; TIR para la determinación de la tasa interna de rendimiento y NPV con la finalidad del valor presente neto.

**Tabla 2.** Resumen metodológico.

<b>Fin</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Componente</b>	<b>Actividades</b>	<b>Herramientas</b>
Plan de negocio	Análisis de mercado	Segmento objetivo Marketing y mercadeo Enfoque cuantitativo Enfoque cualitativos	Análisis de las 4 P's Análisis DOFA Análisis CANVAS Plantear estrategias de mercado	Encuestas Entrevistas Consulta fuentes primarias y secundarias
	Análisis técnico-operativo	Métodos cuantitativos Diseño arquitectónico Diseño del ambiente físico Enfoque cualitativo	Definición de los espacios y áreas requeridas Determinar maquinaria, equipo y tecnología Plan de producción y adquisiciones Determinar los productos de la carta Determinar proceso de producción Determinar materias primas e insumos Determinar Proveedores	Consulta de fuentes secundarias
	Análisis administrativo	Teorías organizacionales Procesos administrativos Recurso humano	Definir estructura organizacional y funciones Definir políticas Definir objetivos estratégicos	Consulta de fuentes secundarias
	Análisis jurídico-legal-ambiental	Legislación colombiana	Identificación matriz legal,	Consulta de fuentes secundarias



			jurídica y legal ambiental
Análisis financiero	Contabilidad financiera Contabilidad de costos	Realizar análisis y evaluación financiera Proyección de venta y rentabilidad Plan de ventas y compras	Consulta de fuentes secundarias

## 7. Resultados: Plan de negocio

### 7.1. Análisis de mercado

El análisis de mercado es un reconocimiento político, económico, social y tecnológico del sector a donde se desarrollará, en el cual en este caso consiste en el subsector colombiano de restaurantes de comidas rápidas y saludables en el sector empresarial, donde se identifica u observa la situación o posición actual y las posibles oportunidades a mediano y largo plazo.

El año 2017 fue un año difícil para la economía de Colombia, no se logró crecer ni un 2%, fluctuaciones que afectaron negativamente el promedio de los últimos 15 años que corresponden al 4,3%. Sin embargo, según ANDI (2017) indica que la participación en el crecimiento económico del país en el sector restaurantes y otros contribuye al 12,5% del PIB nacional, que durante los dos últimos trimestres este fue evidenciando aumento paulatino a pesar de la incertidumbre de la economía, estando por encima de los sectores de minería, agropecuario e industria.

Para la encuesta anual de servicios - EAS del DANE (2017) en el 2016 a nivel nacional realizada a establecimientos comerciales con más de 40 personas o ingresos superiores a 3.000 millones anuales, la variación para la producción bruta en sector restaurantes, catering y bares fue de 6,3% respecto al año anterior, los ingresos operacionales de los establecimientos ascendieron a \$7.686,5 miles de millones y producción bruta a \$7.582,2 miles de millones, con un costo de mercancía vendida de \$104,3 millones, donde el consumo intermedio creció 6,1%. de 5,2% y la remuneración promedio por persona presentó una variación de 7,5%

Desde el punto de vista social y económico, el desempleo en este sector disminuyó en el año 2017 con -1,5%, pero aún se establece con el mayor porcentaje de participación en el mercado laboral con un 27,1% (ANDI, 2017), aunque para DANE (2017) el personal ocupado, es decir, personal con contratación de tiempo completa y prestaciones sociales y de salud tuvo un aumento de 5,2% y la remuneración promedio por persona presentó una variación de 7,5%.

Así mismo, el sector de comidas rápidas o “*fast food*” al igual que el de las comidas saludables o “*health food*” han estado en auge y continuo crecimiento de acuerdo a hábitos alimenticios y estilos de vida de los *Millenials* y de los colombianos (Nielsen, 2017); estas nuevas tendencias de platos nuevos, nuevos conceptos, nuevos servicios y técnicas (UNID, 2014) y requerimientos del mercado han iniciado la creación de servicios de restaurantes estratégicos a partir de alimentos saludables y de entretenimiento.

Es por esto que se realizó la práctica de los análisis bibliográficos encontrados donde se encontró el segmento población del plan de negocios.

### **7.1.1. Investigación del mercado**

#### **7.1.1.1. Encuesta poblacional**

La siguiente encuesta fue desarrollada para el análisis de mercado del plan de negocio para crear un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda, realizada en el mismo Municipio en el sector turístico de la vía a Termas Santa Rosa en el espacio público y restaurantes durante la temporada alta de mitad de año hasta su cierre el 7 de agosto. La información fue recolectada aleatoriamente a personas mayores de edad pertenecientes a grupos familiares que realizaban la actividad turística en el sector, así:

**Figura 1.** Encuesta poblacional.

## ENCUESTA

En la siguiente encuesta encontrará preguntas relacionadas con sus hábitos alimenticios, gustos y sitios de interés, información que será utilizada como apoyo al estudio de mercado de un plan de negocio para crear un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal, como requisito para la obtención del título de Especialista en Procesos industriales Agroalimentarios de la Universidad Tecnológica de Pereira. Esta encuesta tiene carácter académico. Gracias por la sinceridad y la colaboración.

1. Es usted:

Turista: \_\_\_\_\_ o Local: \_\_\_\_\_,  
Residente del eje cafetero: \_\_\_\_\_ o de la ciudad: \_\_\_\_\_

2. Es usted:

Nacional: \_\_\_\_\_ Extranjero: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuál es el su papel en el núcleo familiar al cual pertenece?

Padre: \_\_\_\_\_ Madre: \_\_\_\_\_ Abuel@: \_\_\_\_\_  
Hijo: \_\_\_\_\_ Sobrino: \_\_\_\_\_ Tío: \_\_\_\_\_  
Otro: \_\_\_\_\_ Cuál: \_\_\_\_\_

4. ¿Cómo está compuesto su núcleo familiar? Indique en la siguiente tabla el número de personas que conforman la estructura de su grupo familiar.

Abuelos		Padres		Hijos	
Tíos		Sobrinos		Otros	

Si seleccionó otros, describa cuáles: \_\_\_\_\_

5. De acuerdo con las dos preguntas anteriores, cuando su familia y usted salen a comer, el jefe de hogar toma la decisión basada en que integrante de la familia?

Padres: \_\_\_\_\_ Abuel@: \_\_\_\_\_ Hijos: \_\_\_\_\_  
Sobrinos: \_\_\_\_\_ Tíos: \_\_\_\_\_  
Otro: \_\_\_\_\_ Cuál: \_\_\_\_\_

6. Qué tipo de comida prefiere para su familia

A la carta tipo gourmet: \_\_\_\_\_

Comida típica: \_\_\_\_\_

Comida rápida: \_\_\_\_\_

Comida saludable: \_\_\_\_\_

7. Si su respuesta en la pregunta anterior fue comida rápida o saludable, le gustaría encontrar un sitio en donde le ofrezcan comida rápida saludable.

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

8. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida rápida saludable.

Entre \$ 10.000 y \$ 15.000 \_\_\_\_\_

Entre \$ 16.000 y \$20.000 \_\_\_\_\_

Entre \$ 21.000 y \$25.000 \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_, ¿Cuánto? \_\_\_\_\_

9. Con qué frecuencia come usted fuera de casa

Todos los días \_\_\_\_\_

Una vez a la semana \_\_\_\_\_

Dos veces a la semana \_\_\_\_\_

Tres a cinco veces a la semana \_\_\_\_\_

Una vez al mes \_\_\_\_\_

Dos veces al mes \_\_\_\_\_

Nunca \_\_\_\_\_

10. Además de una buena comida, en que otros aspectos se fija usted al momento de elegir un restaurante.

---

---

---

11. Al momento de elegir comida rápida usted se inclina más por:

---

---

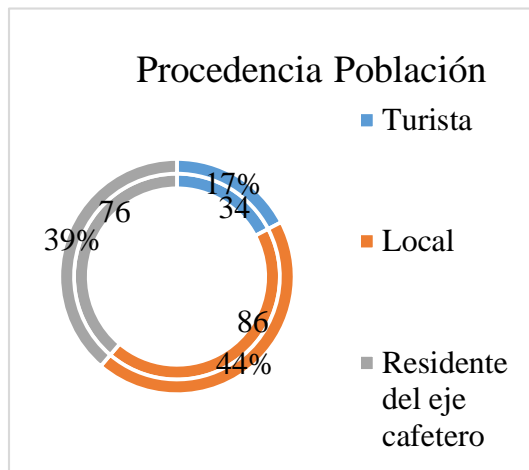
---

## GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Resultados

### Pregunta 1.

**Figura 2.** Procedencia de la población.



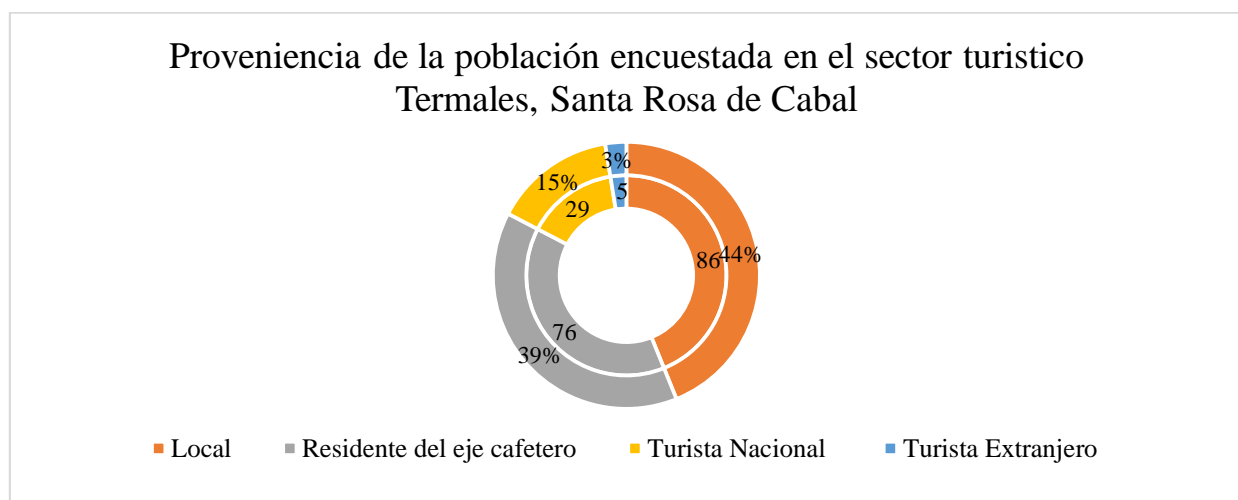
### Pregunta 2.

**Figura 3.** Nacionalidad de la población



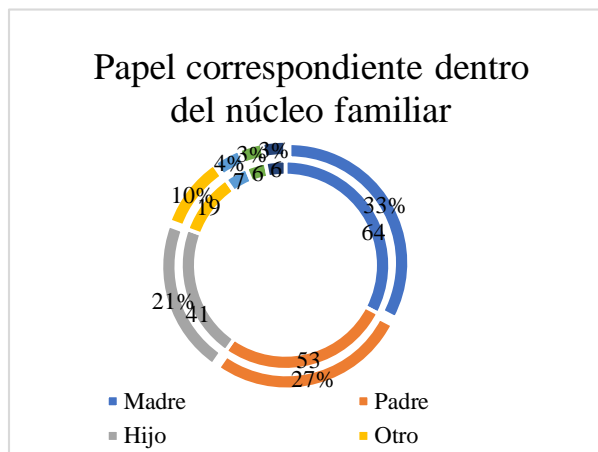
### Consolidado preguntas 1 y 2

**Figura 4.** Consolidado de la proveniencia de la población en el sector turístico.



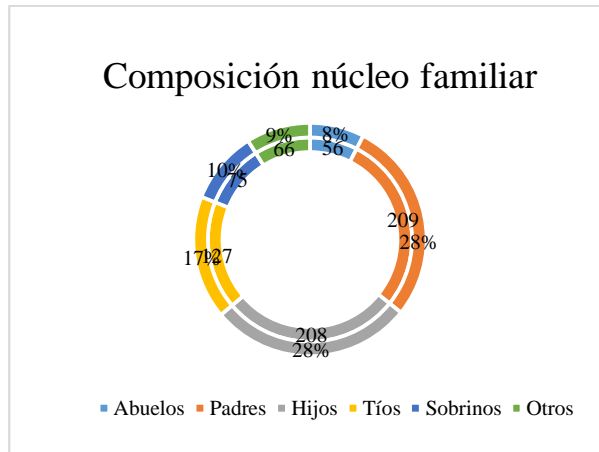
### Pregunta 3.

**Figura 5.** Papel en el núcleo familiar.



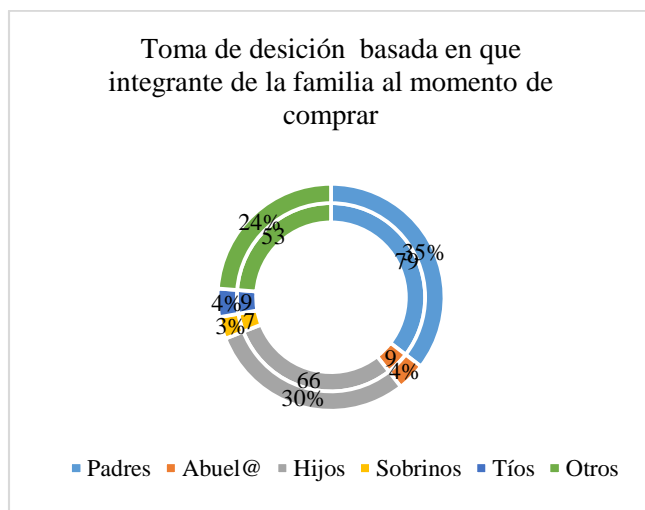
### Pregunta 4

**Figura 6.** Composición del núcleo familiar.



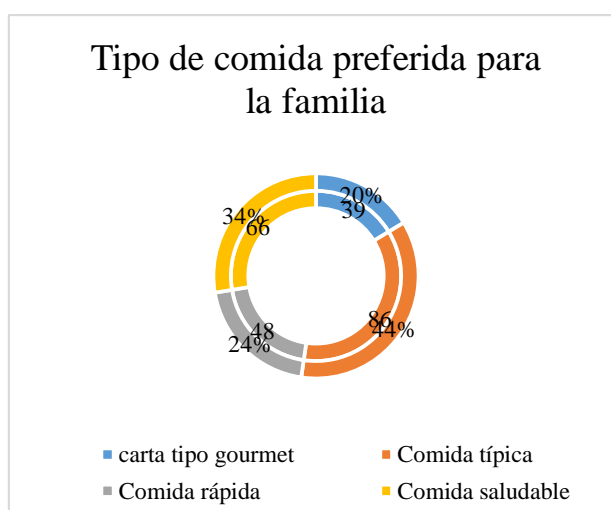
### Pregunta 5.

**Figura 7.** Toma de decisión al momento de comprar.



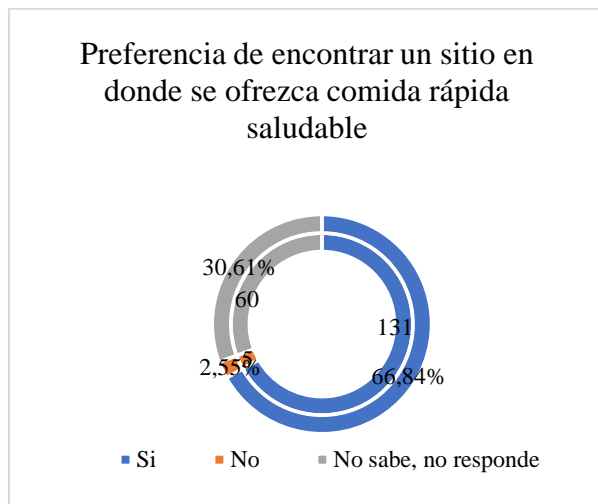
### Pregunta 6.

**Figura 8.** Tipo de comida preferida para la familiar



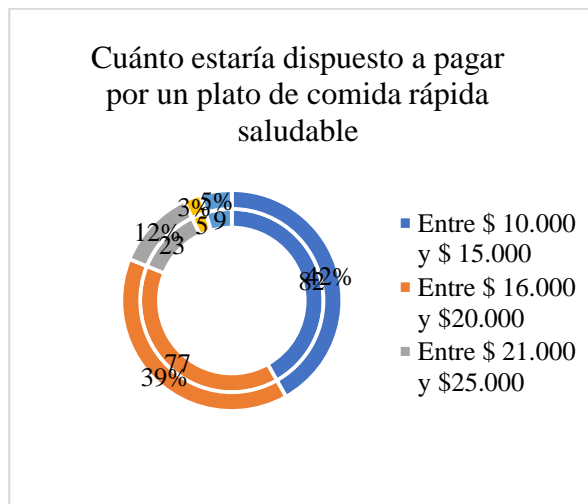
## Pregunta 7

**Figura 9.** Le gustaría encontrar un sitio en donde le ofrezcan comida rápida saludable.



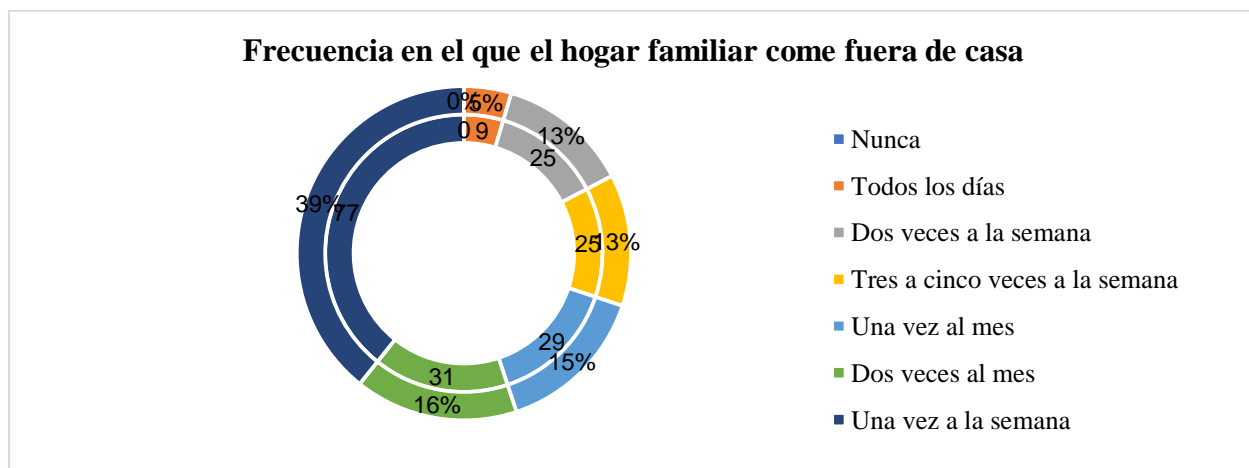
## Pregunta 8

**Figura 10.** Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida rápida saludable.



## Pregunta 9

**Figura 11.** Con qué frecuencia come usted fuera de casa.



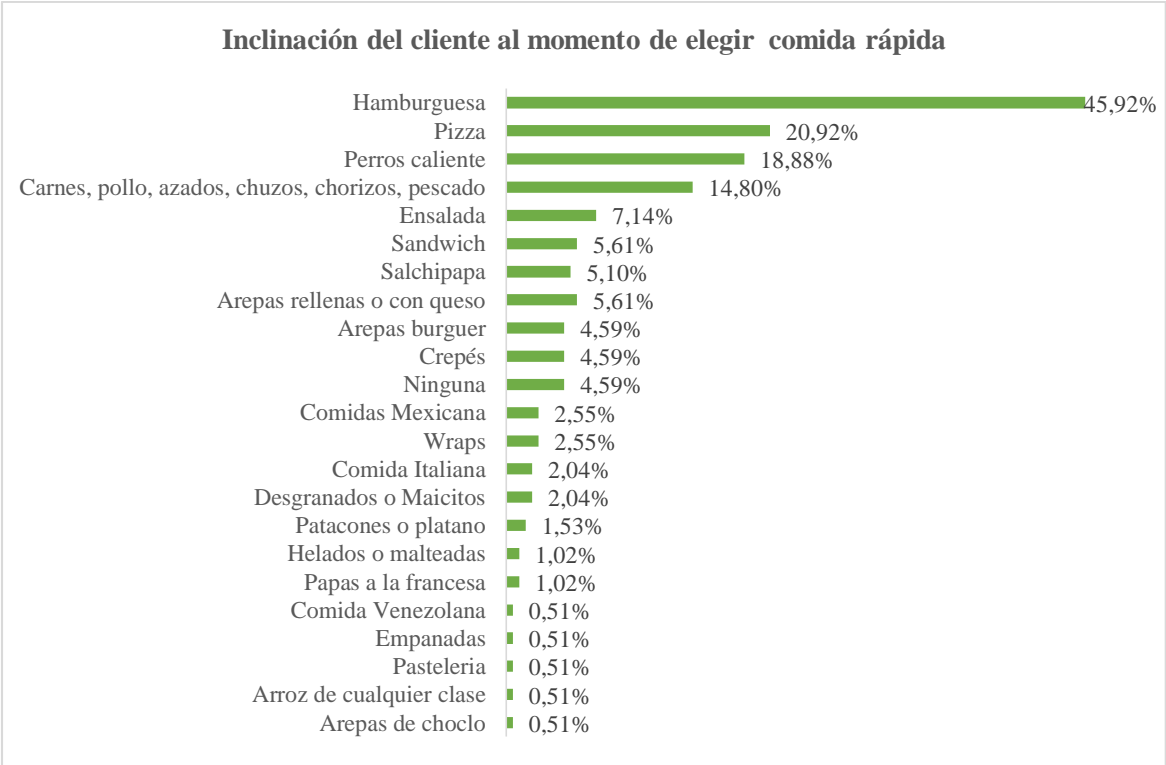
**Pregunta10.**

**Figura 12.** Aspectos que se consideran importantes al momento de escoger un restaurante.



**Pregunta 11.**

**Figura 13.** Inclinación del cliente al momento de elegir comida rápida





## **Análisis de los resultados de la encuesta a la población**

Durante la aplicación de la encuestas a una población de 196 personas con características como ser mayor de edad y estar en el sector turístico vía a Termales, se pudo deducir que el sector es visitado en mayor proporción por turistas locales, residentes del eje cafetero y nacionales, los cuales equivalen respectivamente a un 44%, 39% y 15% y que sólo 5% corresponde a turistas extranjeros; que esta población la cual fue encuestada tienen como papel principal dentro de su núcleo familiar principalmente madres 33%, padres 27% e hijos con 21%, seguidamente de “otros” con 10% los cuales hacen referencia a esposos, esposas, novios, novias e inclusive papeles unipersonal dentro del núcleo familiar, luego se encuentra el papel de abuelo o abuela con 4%, sobrinos 3% y finalmente los tíos con un 3%.

La composición de núcleo familiar de las personas de las cuales fueron encuestas, está compuesta fundamentalmente entre padres e hijos con un 28% cada uno seguido de tíos con 17% y sobrinos con 10% quedando en el último renglón los abuelos con un 8%.

De acuerdo con la decisión que toma el jefe del hogar para escoger un lugar o sitio para comer, se encuentra basada principalmente en los integrantes padres e hijos, respectivamente con un 35% y 30%, sin embargo, la decisión también es basada en otros integrantes del núcleo familiar como lo son los “otros” con 24% que incluyen esposos, novios, nietos, incluso es una decisión que se toma entre todos o es irrelevante; así mismo, en esta decisión son considerados los abuelos y tíos ambos con 4% y el 3% para los sobrinos.

Dentro de las preferencias para comer, estos núcleos familiares prefieren y buscan principalmente alimentarse con la comida típica 36%, luego están los que les gusta la comer platos saludables 28%, después las familias que prefieren la comida rápida 20% y finalmente aquellos que su inclinación se encuentra hacia la comida tipo gourmet 16%, muchos de estos consideran dos tipos de comida en su preferencia comida típica y rápida.

Según lo anterior, sus preferencias también responden positivamente a una oferta de comida rápida saludable, donde los encuestados responde con un Si quisiera encontrarla en un 66,84%, en un No con un 2,55% y No sabe, no responde con 30,61%.

El 42% de estas personas respondieron de acuerdo a su capacidad o preferencia de pago que están dispuestas a cancelar por un plato de comida rápida saludable entre \$10.000 y \$15.000, el

39% entre \$15.000 y \$20.000 y el 12% entre \$20.000 y \$25.000 los demás consideran que es irrelevante el precio o que están dispuestos a pagar más.

Para la población encuestada, es más común comer por fuera de sus casas con sus familias por lo menos una vez a la semana con 39%, 16% dos veces por mes y un 15% una vez por mes, pero existe también una gran población que comen con mayor frecuencia fuera de sus hogares como de tres a cinco veces a la semana o dos veces a la semana, cada uno con 13%, y todos los días sólo un 5%, lo que resalta en estas respuesta es que todos los núcleos familiares encuestados por lo menos come por fuera de su hogar una vez al mes, lo cual deduce que el 100% de los núcleos familiares encuestados no se encuentran exentos de realizar su alimentación por fuera de sus hogares, buscando alternativas de alimentación de comidas ya hechas en restaurantes.

A parte de escoger el tipo de comida, los núcleos familiares entrevistados también se fijan en otros aspectos relevantes al momento de ir a un restaurante, para estos lo más importante siempre será la atención y el servicio que el personal del mismo restaurante da a los integrantes de la familia lo cual se ve reflejado con un 63,78%, de esta manera es importante la higiene y aseo del restaurante con 44,39% y la ambientación (organización, comodidad, sobriedad y tranquilidad) del lugar con 43,37%, la decoración (presentación, escenografía, concepto) con 20,92%, después se encuentra todos los aspectos relacionados con el menú y los platos con 17,35% (presentación de los platos, sazón, opciones y variedad del menú, que los platos sean servidos calientes, con alimentos frescos, sanos y nutricionales), luego se encuentra la ubicación o la locación del restaurante con 15,31%, los espacios físicos del mismo restaurante con 12,76% (la aireación, espacios y accesos del lugar, la amplitud, tipo de cocina y si es a la vista, acceso a baño público, cómo es el salón de comida), seguidamente se ubica la calidad, la atención y los precios respectivamente con el 7,65%, 7,65% y 7,14% lo cual se encuentra en estándares muy iguales. Siguiente está otros aspectos menos importantes pero que también son considerados al momento de elegir un lugar para comer, como espacios aptos para niños 4,59%, parqueadero 3,06%, la seguridad del lugar 2,55%, que posea naturaleza y zonas de descanso cada uno con 1,53%, ingreso de mascotas con 1,02%, la música y si alguna vez ha ido o ha visto publicidad atrayente cada uno con 0,51%.

Dentro de la inclinación por la comida rápida, según la población encuestada prefiere en un 45,92% las hamburguesas, un 20,92% la pizza, en un 18,88% el perro caliente, un 14,8% los

asados, la carne, el pollo, chuzos, chorizos, pescados, etc., el 7,14% ensaladas, el 5,61% los sándwiches y las arepas rellenas o con queso cada una, las salchipapas cada una con 5,1%, arepa Burger y crepés cada una con 4,59%, la comida mexicana y los wraps cada una con 2,55%, la comida italiana y los desgranados o comida con maíz tierno cada uno con 2,04%, lo relacionado con los patacones o plátanos lo prefieren el 1,53%, los helados y mateadas, y papas a la francesa cada uno con 1,02%, lo que es la comida venezolana, empanadas, pastelería, el arroz de cualquier clase y las arepas de chócolo se ubican en último lugar de preferencia cada una con el 0,51%, igualmente el 4,59% de la población encuestada respondió que no es de su preferencia alimenticia el consumir ningún tipo de comida rápida. Cabe resaltar que esta pregunta en la encuesta era abierta, por tal motivo existe esta variedad de respuestas, donde se puede aclarar que mucha de la población encuestada no sabe con certeza que es una “comida rápida”, respondiendo a ella como “sopa de pescado” entre otros, las cuales fueron incluidas en “carnes...” y otros, pero no serán tomadas en cuenta para la elaboración de este plan, por la confusión de las respuestas que anteriormente se mencionaron.

#### **7.1.1.2. Encuesta a competencia**

La siguiente encuesta fue desarrollada para el estudio en curso, información recolectada a establecimientos comerciales de comida en el municipio de Santa Rosa de Cabal, Risaralda como también por el sector turístico de la vía a Termas, durante la temporada alta de mitad de año hasta el 27 de Agosto, en dicha encuesta participaron 15 establecimientos: Restaurante Veranera, Chorizadas, Parador Don Julio, Sushi Lemon, Chorisant, Mamá Susana, Restaurante Bolívar, Tierra Antioqueña, Chorinanos, Parador Mi Tierra, Super Pizza, La Parrilla de Mamatina, La Telera, El Sarape y LebonApetite, consideradas como las más relevantes para conocer la competencia, considerando que ni en el sector vía Termas ni en el municipio hay existencia aún de un establecimiento de comida rápida y saludable a la vez.

**Figura 14.** Encuesta a competencia.

## ENCUESTA COMPETENCIA

Esta encuesta tiene carácter académico, como requisito para la obtención del título de Especialista en Procesos Industriales Agroalimentarios de la Universidad Tecnológica de Pereira. Gracias por la sinceridad y la colaboración.

Nº Encuesta: \_\_\_\_\_ Nombre Establecimiento: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Nombre Entrevistado: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1. De los siguientes productos de comida rápida ¿Cuál o cuáles ofrece en su establecimiento?

Hamburguesa: \_\_\_\_\_  
Perro : \_\_\_\_\_  
Caliente: \_\_\_\_\_  
Pizza: \_\_\_\_\_  
Sándwich: \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_  
Todos: \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es el horario de atención que maneja en su establecimiento?

8:00 am a 7:00pm \_\_\_\_\_  
9:00 am a 10:00pm \_\_\_\_\_  
10:00 am a 11:00pm \_\_\_\_\_  
Otro: \_\_\_\_\_ ¿cuál? \_\_\_\_\_

3. Cuántos platos al día en promedio vende su establecimiento en temporada baja y alta?

Baja \_\_\_\_\_ Alta \_\_\_\_\_

4. ¿Cuántos empleados tiene su establecimiento?

Número de Empleados: \_\_\_\_\_  
Tiempo Completo: \_\_\_\_\_  
Medio tiempo: \_\_\_\_\_  
Por turnos: \_\_\_\_\_  
Cajero: \_\_\_\_\_  
Mesero: \_\_\_\_\_  
Cocinero o Chef: \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Qué salario reconoce a sus empleados? Señale con una X

SMMLV:	_____	DIARIO:	_____
Otro:	_____	¿Cuál?	_____
Cuánto paga a:			
Cajero:	_____		
Mesero:	_____		
Cocinero o Chef:	_____		
Otro:	_____	¿Cuál?	_____

6. ¿Cuál es el rango de precios que maneja su establecimiento para un plato de comida rápida?

Entre \$3.000 y \$5.000:	_____
Entre \$5.001 y \$10.000:	_____
Entre \$10.001 y \$15.000:	_____
Entre \$15.001 y \$20.000:	_____

7. ¿Cuánto vende su establecimiento en un día laboral entre semana? \_\_\_\_\_

8. ¿Cuánto vende su establecimiento en un día laboral los fines de semana? \_\_\_\_\_

9. ¿El lugar donde funciona su establecimiento de comercio es:

Propio:	_____	En arriendo:	_____
---------	-------	--------------	-------

8. Hace cuánto funciona su establecimiento comercial? \_\_\_\_\_

10. ¿Para usted cuál es el aspecto que más identifica su negocio?

---

---

---

---

---

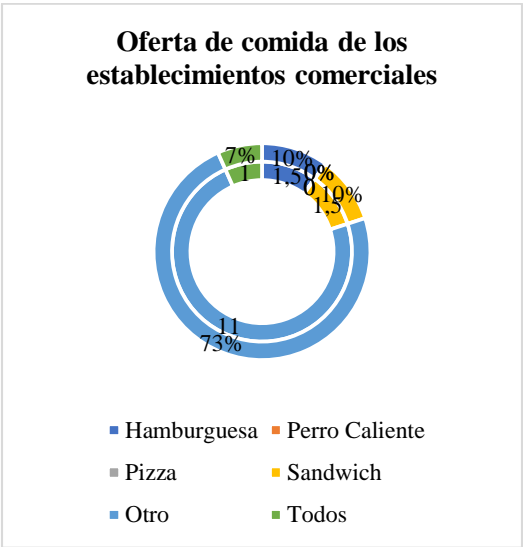
---

---

## GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

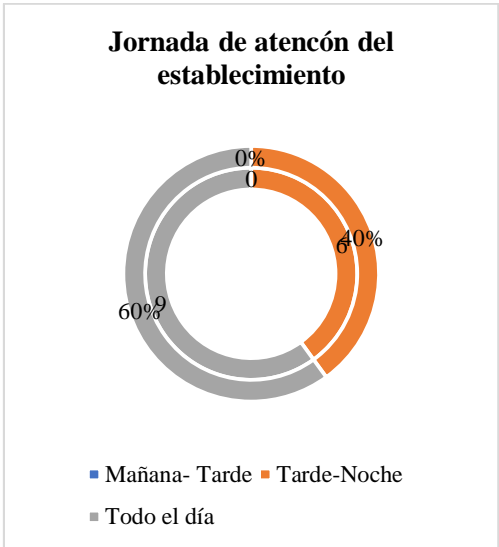
Pregunta 1.

Figura 15. Productos alimenticios ofrecidos por los restaurantes



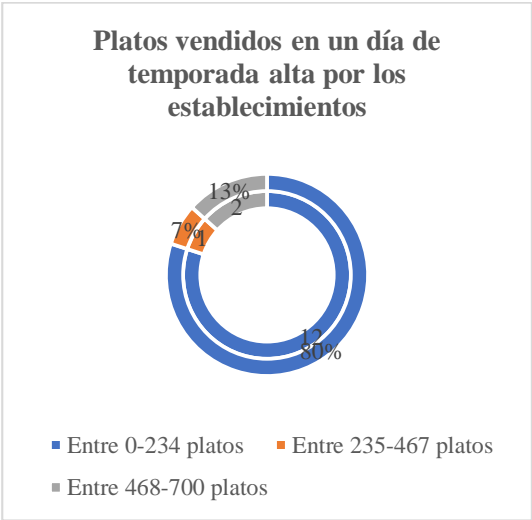
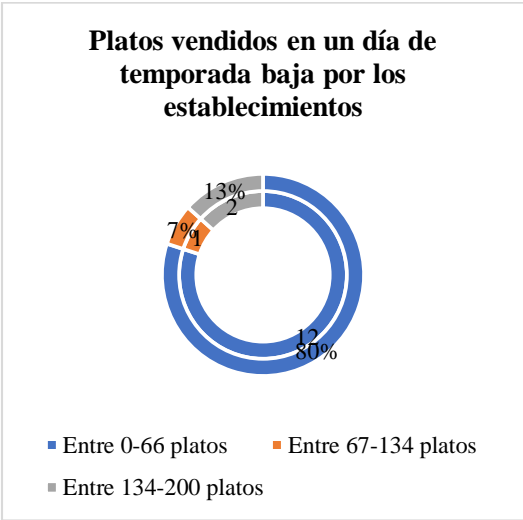
Pregunta 2.

Figura 16. Horario (jornada) de atención manejada por los establecimientos.



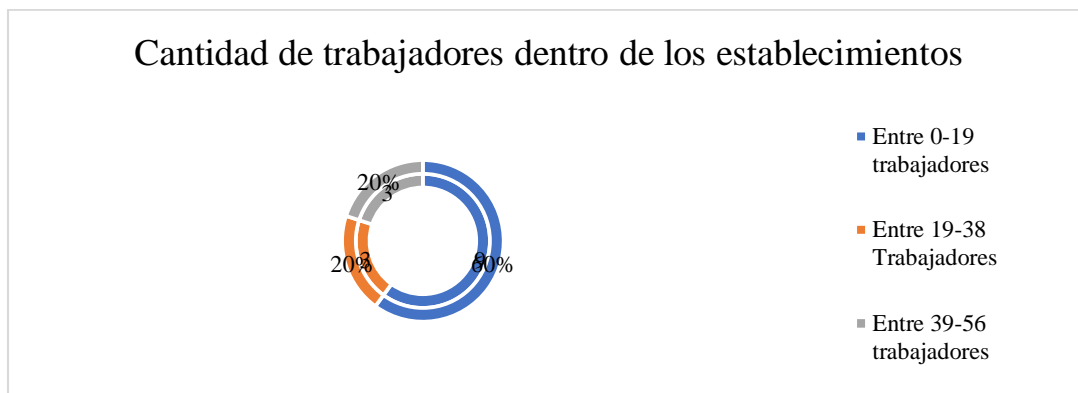
Pregunta 3.

Figura 17. Platos promedio vendidos por los establecimientos en temporada baja y alta.



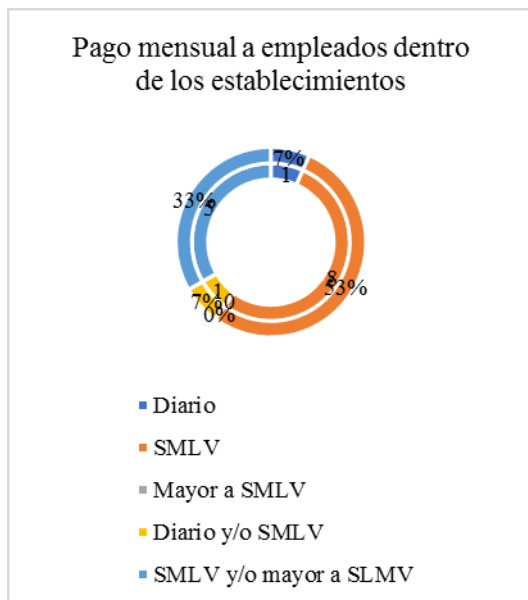
#### Pregunta 4.

**Figura 18.** Cantidad de empleados por establecimientos.



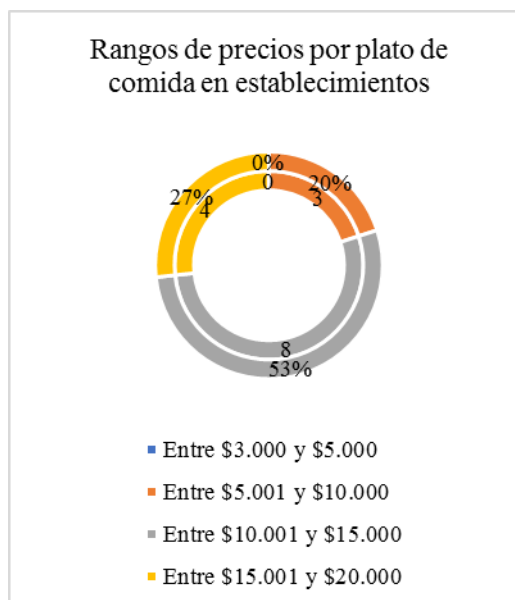
#### Pregunta 5.

**Figura 19.** Pago reconocido a los empleados por establecimientos.



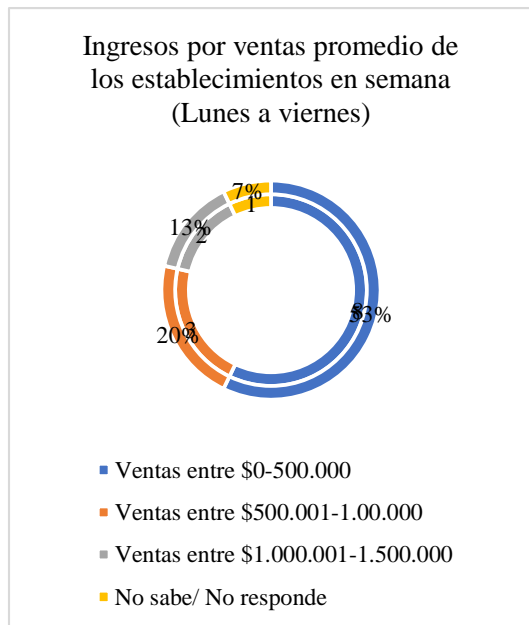
#### Pregunta 6.

**Figura 20.** Rango de precios por plato vendido en los establecimientos.



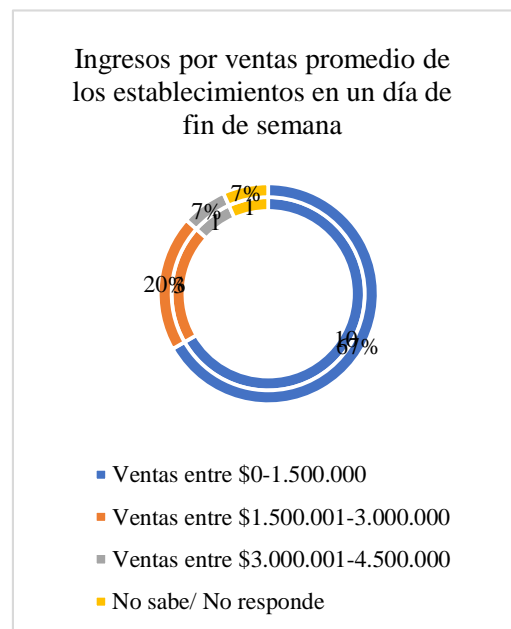
### Pregunta 7.

**Figura 21.** Ingresos promedio por establecimiento en un día normal dentro de semana.



### Pregunta 8.

**Figura 22.** Ingresos promedio por establecimiento en un día normal en un fin de semana.



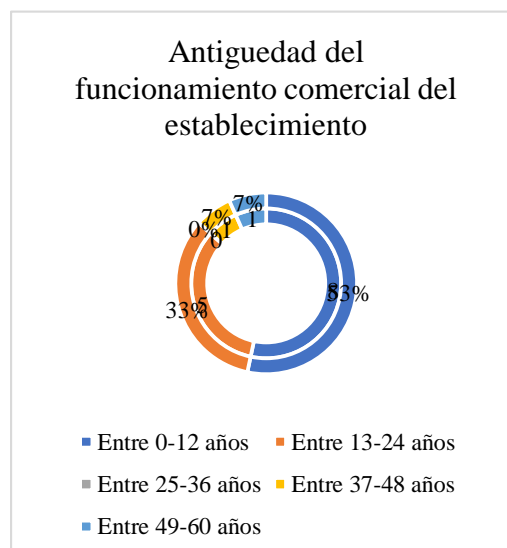
### Pregunta 9.

**Figura 23.** Tipo de ocupación donde funcionan los establecimientos.



### Pregunta 10.

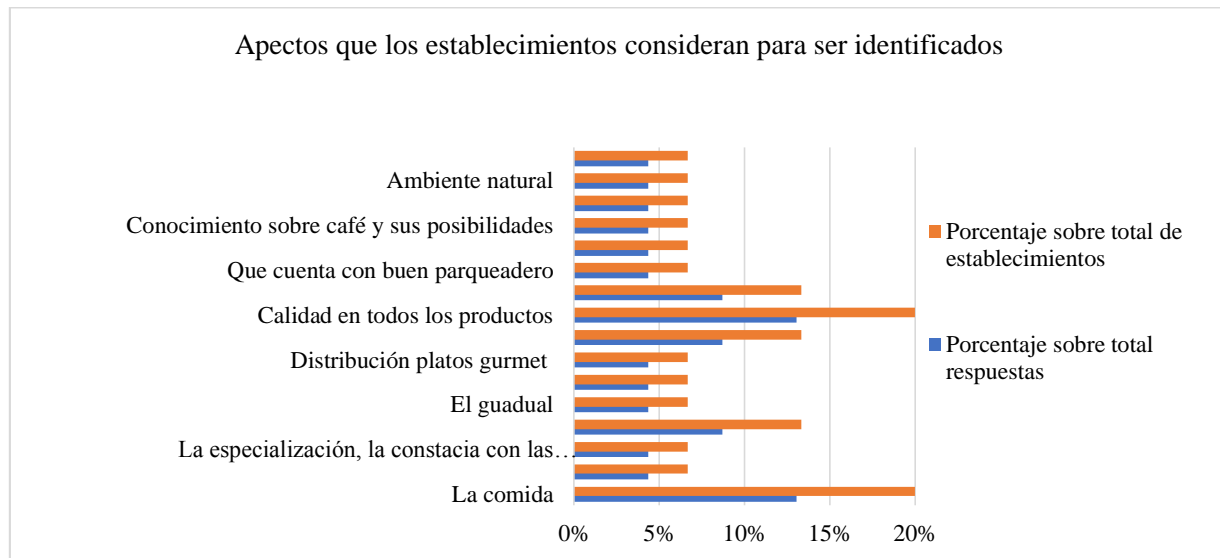
**Figura 24.** Antigüedad de funcionamiento del establecimiento.





### Pregunta 11.

**Figura 25.** Aspectos que los establecimientos consideran para ser identificados.



### Análisis de los resultados

Durante la aplicación de la encuesta a 15 restaurantes o establecimientos comerciales de comida seleccionados por el sector turístico vía Termales, se pudo identificar su antigüedad como establecimiento de venta de comidas en el sector, donde los más antiguos son Chorizant con 53 años, restaurante Bolívar con 38 años y Super Pizza con 23 años de antigüedad, los menos antiguos son El Restaurante El Sarape con 2 años y 8 meses y Sushi Lemon con 2 años, dentro de los rangos de antigüedad los porcentajes se establecen con un 53% entre 0-12 años, entre 13-24 años con 33%, ninguno entre 25-36 años y entre 37-48 años y 49-60 años respectivamente cada uno con un 7%, donde se puede inducir que los establecimientos de más antigüedad están relacionados con la tradición del sector, aunque la existencia del restaurante Super Pizza también hace una relevancia importante de la demanda hacía el gusto por las comidas rápidas y otras similares.

Dentro de las encuestas, se pudo deducir que la oferta de comida en dichos restaurantes se encuentra básicamente establecida en mayor proporción de “otros” con un 73% los cuales incluyen carnes, asados y platos típicos en 77%, comida mexicana e italiana respectivamente con 9% y 5%, menú ejecutivo y platos tipo gourmet en 5% y sushi en 5%; sólo el 10% ofrecen hamburguesas, 10% sándwich y el 7% ofrece de todo lo anterior, con inclusión de pizzas y perros calientes, ninguno de los anteriores y de los demás restaurantes no encuestados ofrecen

comida rápida y saludable, Santa Rosa de Cabal al igual que su destino gastronómico turístico no ofrece gran variedad, basándose en la comida típica colombiana y tradicional del sector.

Por otra parte, estos establecimientos han podido vender en promedio en una temporada baja entre 0-66 platos un 80%, entre 67-134 platos un 7% y entre 134-200 platos un 13%, los cuales la mayor cantidad de platos vendidos está reflejado por aquellos establecimientos que ofrecen chorizos santarrosanos como ChORIZADAS, Parador de mi tierra y Chorinanos; en una temporada alta en promedio se puede vender entre 0-234 platos un 80%, 235-467 platos un 7% y 468-700 platos un 13%, donde se puede visualizar nuevamente mayor cantidad de platos vendidos por aquellos que ofrecen platos típicos, aquí ya incluye el Parador de Don Julio y Chorisant, los demás restaurantes se encuentran entre el primer rango de platos vendidos.

Así mismo, los precios de estos platos anteriormente mencionados se encuentra entre un rango de \$5.001-\$10.000 pesos colombianos en un 20%, entre \$10.001-\$15.000 en un 53% y \$15.001-\$20.000 en un 27%, ninguno de ellos se ofrece por debajo de los \$5.000 pesos colombianos; y, en un día norma de semana de lunes a viernes pueden tener unos ingresos del 53% entre \$0-\$500.000, entre \$500.001-\$1.000.000 de pesos colombianos en un 20% y entre \$1.000.001-\$1.500.000 pesos sólo el 13%, el 7% no sabe, no responde; mientras que, en un día dentro del fin de semana en promedio sus ingresos corresponden al 67% de \$0-\$1.500.000 pesos colombianos, entre \$1.500.001-\$3.000.000 un 20% y entre \$3.000.001-\$4.500.000 el 7%, el 7% restante de los establecimientos no respondieron o no conocen sus ingresos, es decir, que se nota un leve aumento de los ingresos entre temporadas.

De la ubicación que tienen los restaurantes se reconoce que es relevante por la gran influencia de público tanto en temporadas bajas como altas, sin embargo, sólo el 20% de los restaurantes poseen su local como propio y el 80% restantes realizan su funcionamiento en locales arrendados. Los establecimientos se diferencian también dentro de las jornadas laborales, algunos de ellos abren desde horas tempranas tipo 7:00 a.m. donde ofrecen diferentes productos como desayunos y otras comidas típicas de la mañana hasta su cierre a las 10:00 o 12:00 p.m., los que manejan la jornada mañana-tarde se encuentran con un 0%, los que manejan sólo tarde-noche el 40% y los que manejan jornada continua de mañana a noche el 60%, estos horarios de jornada continua normalmente ofrecen gran variedad de comida típica que se encuentra muy asociada a la venta de chorizo como los establecimientos La Veranera, Don Julio, Chorisant, Mamá Susana, Tierra antioqueña, Chorinanos, Mi Tierra, Bolívar, pero aquellos que abren en la

tarde tipo 11:00 a.m. hasta horas después, son quienes tienen otro tipo de oferta más amplia como la oferta de Super Pizza, Sushi Lemon, La Parrilla de Mamatina, La Telera, El Sarape y Lebon Appetite, en deducción, se puede ver que aquellos establecimientos que tienen una oferta diferente a la comida típica antioqueña o a la tradición santarosana abren más tarde de lo normal a una hora de almuerzo, lo cual tendría mucha concordancia con la población que demanda ese tipo de comida.

De acuerdo a al funcionamiento y a los horarios de atención al público de los restaurante, el tema de empleabilidad varia, en gran proporción equivalente al 60% los restaurantes encuestados tienen entre 0-19 empleados en su compañía, entre 20-38 sólo el 20% y más de 39 empleados el otro 20%, los cargos pueden varían entre meseros, cocineros o chef's, cajeros, administradores y auxiliares, muchos de ellos son contratados por tiempo completo o jornal, pero también existen restaurantes que contratan a medio tiempo o por turnos y según lo percibido quienes ganan más a un salario mínimo legal vigente (s.m.l.v.) son los cocineros, chef's y administradores, en este sentido, se establece que los empleados pueden ganarse un diario con un 7% representativo de establecimientos que equivale a \$24.000 pesos colombianos hasta de \$35.000, el 53% de los restaurantes reconocen a sus empleados un s.m.l.v. con prestaciones sociales según lo estipulado por la ley, hay establecimientos que reconocen dos formas de pago a sus empleados, el 7% reconoce el diario y/o s.m.l.v. y el 33% reconoce el s.m.l.v. y mayor a un s.m.l.v. el 33%, es decir que el 86% de los restaurantes reconocen a sus empleados las mínimas prestaciones legales, sociales y de pago dentro de la empleabilidad nacional.

Finalmente, los restaurantes consideran que el aspecto con el que más se sienten identificados es el tipo de comida ofrecida con un 20%, la calidad en todos los productos con 20%, el servicio con un 13%, el ofrecimiento de café (en su mayoría de veces gratuito después de las comidas) y platos a la carta con 13%, buena atención al cliente con 13%, los otros aspectos corresponden cada uno de ellos con una participación del 7% como la presentación, la especialización y constancia, la naturaleza como los guadales, la comida japonesa, la distribución de platos gourmet, contar con parqueadero, la tradición adquirida en el tiempo, conocimiento de café y sus posibilidades, temática mexicana, ambiente natural y comida saludable, en conclusión, cada uno de ellos consideran identificarse con un aspecto único que le da valor a su establecimientos de comida.

### 7.1.2. Análisis del sector

El municipio de Santa Rosa de Cabal está localizado al sur oriente del Departamento de Risaralda, con coordenadas geográficas de 4 grados 52 minutos latitud norte y 75 grados 37 minutos de longitud oeste, su cabecera municipal se encuentra a 1840 m.s.n.m. a 15 kilómetros de la capital del departamento, Pereira, la temperatura promedio es de 19 °C (Cámara de Comercio, 2017), unas de las actividades comercial del municipio es el turismo, por tal motivo se puede encontrar la vía sector termales, ubicada al suroriente de la cabecera municipal en área rural con un recorrido de aproximadamente 12 kilómetros de distancia (Cámara de comercio, 2010); dentro de las diferentes actividades que se pueden encontrar como turística, es disfrutar de la diversidad de establecimientos gastronómicos que constituyen el 24,5% entre el área rural y suburbana, el área urbana con iguales establecimientos corresponde a 75,5% , clasificada por actividad de restaurantes de tipo familiar, cafés, parrilla, venta de comida rápida, café al paso y café-bar a lo cual corresponde un 23,6% de establecimientos de comida rápida en el municipio.

Por lo anterior, se realizó un inventario de los restaurantes de donde inicia y termina el corredor o sector turístico de termales, encontrando 46 establecimientos, identificando que solo dos restaurantes ofrecen comida rápida, pero ninguno de estos ofrece alimentos saludables; esta es una de las razones por la cual se ve una oportunidad de negocio y se entra a analizar el segmento al cual ira dirigido, el producto, plaza, precio y promoción. Los anteriores establecimientos enumerados son:

**Tabla 3.** Establecimientos de comida por el corredor y sector turístico de Termales Santa Rosa.

NO.	Nombre Establecimiento	Tipo de comida
1	Restaurante hotel Termales	Comida típica, asados y a la carta
2	Restaurante balneario Termales	Comida típica, asados y a la carta
3	Restaurante Cardisch	Carnes
4	Restaurante JC	Comida típica
5	Restaurante el Portal	Comida típica
6	Chiva Café	Café y comida al paso
7	Piqueteadero el garaje	Trucha y frituras
8	Restaurante Chorizandro No. 1	Comida típica
9	Restaurante Vísperas	Comida típica y chorizos
10	Parrilla Café Brasitas	Asados y café
11	Restaurante Chorizandro No. 2	Comida típica y chorizos
12	Restaurante de Chorizos	Chorizos

13	Restaurante la Gaviota	Comida típica y a la carta
14	Restaurante Marcelandía	Trucha, comida típica y frituras
15	Restaurante Parador campestre	Comida típica y chorizos
16	Restaurante Chorinanos	Comida típica, chorizos y a la carta
17	Restaurante la Postrera el Cortijo	Comida típica y chorizos
18	Restaurante La toscana	Comida típica, asados y chorizos
19	Café Parrilla Las Cabañas de Simón	Asados, café y barismo
20	Estadero el Sitio	Asados, café y barismo
21	Restaurante El parador mi tierra	Comida típica, chorizos
22	Café-bar Don Pascual rural	Café, barismo y comida para acompañar
23	Restaurante el fogón paísa	Asados
24	Restaurante ChORIZADAS	Comida típica y chorizos
25	Restaurante La Chimenea	Comida típica y chorizos
26	Restaurante La Cocina de Susana	Comida típica y chorizos
27	Creo comida para compartir	Café, barismo y comida para acompañar
28	Restaurante Pa donde Lucho	Comida típica, asados y chorizos
29	Restaurante Tierra Antioqueña	Comida típica y chorizos
30	Estadero La Telera	Café, barismo y comida para acompañar
31	Restaurante Mamatina	Comida a la carta y chorizos
32	Food Park Aldea de Cabal	Plaza de comidas rápidas, asados, chorizos, pasta
33	Restaurante Santa Clara	Comida a la carta
34	Café Monarca	Café, barismo y comida para acompañar
35	Piqueteadero Las Partidas	Asados, chorizos, y frituras
36	Restaurante la Fragata	Comida a la carta y típica
37	Restaurante Faro Azul	Comida a la carta
38	Restaurante Violeta	Comida e la carta
39	Estadero Mariacruz	Café y comida al paso
40	Parrilla Llanera	Asados
41	Café bar Seeds y Roots	Café, barismo y comida rápida
42	Restaurante Choripaco	Comida típica y chorizos
43	Restaurante Parador de Don Julio	Comida típica, chorizos, café y barismo.
44	Restaurante La Cabal	Comida rápida
45	Restaurante Asados el Mono	Trucha, chorizos y asados
46	Restaurante Donde Leo	Asados y comida típica

### Segmento objeto

El restaurante irá dirigido a clientes directos como grupos familiares locales, regionales y turistas que se inclinen por la comida saludable, aquel que ha dado un valor a la comida menos procesada y menos dañina para el organismo. Será un restaurante innovador al lograr platos de comida rápida con un valor agregado, que es dar a una comida catalogada de “Comida Chatarra”

un atributo de comida saludable ajustándose a los nuevos hábitos de consumo de cuidarse en la alimentación, consumiendo productos naturales, sin conservantes, bajos en grasa y azúcares entre otros. El cliente como en todo negocio de servicio será la prioridad, y se trabajará mediante las estrategias de incentivación, fidelización, promoción, calidad y servicio.

Como resultado de la encuesta contamos con un segmento que, dentro de sus preferencias para comer, buscan alimentarse saludable con el 28% seguido de un 20% que les gusta comida rápida, que juntos representan el 48% que se inclinan por la comida rápida saludable, como lo expresaron en la misma.

#### **7.1.2.1. Análisis CANVAS**

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó el modelo canvas el cual permitió estructurar y formular el plan de negocio, para lo cual se analizó desde diferentes aspectos la idea de un restaurante de comida rápida saludable, teniendo en cuenta los posibles clientes, socios claves, actividades, recursos, canales de venta, estructura de costos, fuentes de ingresos y la propuesta de valor, creando las estrategias de forma clara y resumida, dando una visión amplia de la idea inicial de negocio.

#### **Tabla 4. Análisis CANVAS**

Restaurante de comida rápida saludable				
Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de clientes
Relaciones directas con el proveedor: 1. Proveedores de alimentos: garantizando frescura y calidad de los productos, preferiblemente productos sanos. 2. Proveedores de carta: que garantice calidad y diseño innovador. 3. Proveedores elementos, maquinaria y equipos para funcionamiento del restaurante. 4. Proveedor bancario.	1.Producción: elaborar una hamburguesa saludable, llamativa, de buena calidad y de porción adecuada. 2. Control de calidad: que asegure el cumplimiento de los estándares exigidos por el ministerio de salud. 3. Desarrollo de un adecuado Plan Logístico: que reduzca al máximo los tiempos de entrega, buscando buena atención, comodidad, rapidez, para garantizar un buen servicio a precio justo. 5. Encuesta permanente de satisfacción del cliente	Entregar a los clientes una carta de comida rápida (hamburguesas) elaborada con ingredientes saludables.	Se dará una relación de asistencia personalizada, ya que al momento del servicio se genera una relación directa con el cliente mediante la selección de los alimentos saludables y el menú requerido por él.	Va dirigido a clientes directos como grupos familiares locales o turistas que buscan un interés en comida saludable. Segmento de clase medio-medio alto y alto.
	Recursos claves		Canales de venta	
	1. Recursos físicos: La infraestructura, equipos y sistemas operativos. 2.Recurso humano: equipo creativo con alta motivación e incentivos necesarios para generar productos y servicio altamente atractivos enfocados al cliente. (Chef, contador, administrador, meseros capacitados en atención al cliente). 3.Recursos económicos: Construcción de infraestructura, compra de insumo y suministros, sistemas operativos para garantizar un buen canal de comunicación que permita recibir los pedidos en forma oportuna permitiendo programar despachos a tiempo.		El canal de venta será el restaurante, mediante la publicidad en sitios web, la promoción y el acercamiento directo al cliente durante todo el proceso del servicio interno del restaurante. También se llegarán a los clientes mediante redes sociales como Facebook, Instagram. Además, se dará a conocer por medios de comunicación como volantes.	
Estructura de costos		Fuentes de ingresos		
La estructura de costos será conformada por los costos directos (materia prima, mano de obra directa y recurso humano) y costos indirectos (mano de obra indirecta, publicidad, consumos básicos), infraestructura.		La venta directa de los diferentes platos del menú ofrecidos en el restaurante, mediante precios fijos, pago efectivo, o tarjeta crédito o débito.		

### 7.1.2.2. Análisis DOFA

**Tabla 5.** Análisis DOFA.

<b>Análisis interno</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Innovación en el producto	
Comida saludable	
Buen servicio al cliente	
Calidad del producto	
Conocimiento de los productos y sus posibilidades	Ubicación desconocida del restaurante para los clientes
La localización	Falta de experiencia
Las instalaciones y su decoración	Desconocimiento de la marca
Equipo humano capacitado en cada una de las áreas	Encontrar personal idóneo y competente para la atención al cliente
Dirigido a un segmento específico	
Rapidez en la elaboración de los productos	
Sabor, frescura y apariencia de los alimentos	
Estrategias de comunicación claras y efectivas con el público	
Carta innovadora y atractiva para los clientes	
<b>Análisis externo</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Acreditación	Disponibilidad y costo elevado de las materias primas y de producción
Desarrollo de una carta innovadora y atractiva para los clientes	Poca credibilidad de la comida rápida saludable
Nuevos hábitos de consumo	
Cero competencias en el sector de comida rápida saludable	Preferencias por la comida típica colombiana y tradicional santarrosana
Productos innovadores de diferenciación que permiten al consumidor comer saludablemente, sin cohibirse de los gustos	Aumento de la inflación que aumentaría los precios de la elaboración de las materias y por lo tanto el producto final, afectando las ventas
Mercado amplio y en crecimiento que permitirá mejores ingresos	Crecimiento de restaurantes de comida saludable o comida rápida saludable
Disminuir los paradigmas de la comida rápida cómo comida “chatarra” G	
Ubicación del restaurante en el corredor turístico del municipio el cual le da visibilidad	



### **7.1.3. Estrategia DOFA**

#### **DO**

- Realizar estrategias dentro de la estrategia de comunicación inicial para dar a conocer la ubicación y la marca del restaurante.
- Contratar personal idóneo para garantizar un buen servicio frente oferta gastronómica, logrando acreditación.
- Capacitar al personal continuamente para generar competencias de diferenciación en cada uno de los procesos realizados en el restaurante.

#### **DA**

- Realizar estrategias dentro de la de comunicación inicial, concientizando sobre la importancia de la comida saludable sin tener que dejar a un lado los hábitos visuales de los alimentos de su gusto.
- Ofrecer un servicio de excelente calidad generando siempre las mejores experiencias en cuanto a sabor y salud.

#### **FO**

- Garantizar la elaboración de productos innovadores con calidad, sabor y frescura.
- Aumentar la confianza de los clientes mediante comida saludable, fresca y de buen sabor, instalaciones y decoración acogedoras y un equipo humano comprometido y capacitado.
- Estrategias de comunicación transparentes que permitirán un amplio mercado generando mejores ingresos.

#### **FA**

- Generar una base de datos de proveedores y aliados, evitando sobre costos por producción frente a materias primas y garantizando la disponibilidad de las mismas, mediante análisis mensuales.

- Garantizar una experiencia enriquecedora a los clientes con el fin de generar conciencia y “voz a voz” en ellos sobre la buena alimentación, acreditando la demanda de la comida rápida saludable.

#### **7.1.4. Estrategias de mercado**

##### **7.1.4.1. Análisis de las 4 P's**

#### **Producto**

El producto será comida rápida saludable: Hamburguesas; dónde los ingredientes empleados sean bajos en grasas, libres de conservantes, frutas y vegetales frescos y en lo posible de producción orgánicos o ecológica, harinas integrales, harinas sin gluten, salsas elaboradas en el restaurante con productos naturales libres de conservantes, carnes de excelente calidad cuidando la cadena de frío y la procedencia de la misma. Del mismo modo, se cuidará la presentación final del producto de tal manera que sea agradable a la vista del consumidor y exquisita a su paladar, en especial a los niños de los núcleos familiares, ofreciendo una alternativa que no se ofrece en el sector donde se localizará el restaurante.

#### *Componentes de la carta*

La carta está compuesta por ingredientes independientes contenidos en 6 componentes, donde los clientes podrán elaborar su plata a su gusto:

**Tabla 6.** Componente cereal.

<b>Pan hamburguesa artesanal</b>	<b>Lugar de elaboración</b>
Multicereal (avena, trigo y chífa)	Restaurante
Integral	Proveedor
Arabe	Proveedor
Avena	Proveedor
Centeno	Proveedor

**Tabla 7.** Componente proteína animal y vegetal.

<b>Proteína Animal</b>	<b>Lugar de procesamiento</b>
Carne de res natural y sin nitritos	Proveedor
Carne de pollo sin aditivos, preservativos, ni agua	Restaurante
Carne de cerdo naturales sin aditivos	Proveedor
Carne de conejo natural	Proveedor
Chorizo bajo en grasa, sin aditivos, ni preservativos	Proveedor
<b>Proteína vegetal</b>	<b>Lugar de elaboración</b>
Carne de lentejas sin preservantes y colorantes naturales	Restaurante
Carne de quinoa sin preservantes y colorantes naturales	Proveedor
Carne de vegetales sin preservantes y colorantes naturales	Proveedor
Carne de garbanzos sin preservantes y colorantes naturales	Proveedor

**Tabla 8.** Componente sabor (hechas en casa).

<b>Salsa de la casa</b>	<b>Ingredientes</b>
Tropical	Mango, pimentón, ajo, semillas de chía, miel, vinagre blanco, sal marina
Mayonesa	Aceite vegetal, huevo, mostaza molida, limón, sal marina
Criolla	Tomate, cebolla, pimentón, ají, sal marina
Barbecue	Tomate, cebolla morada, ajo, pimienta, vinagre blanco, miel
Guacamole	Aguacate, cebolla de huevo, cilantro, aceite de oliva, limón y sal marina
Maracu-yeah	Maracuyá, ají, vinagre, miel
Tahine y yogur	Ajonjolí, yogur natural, limón, aceite de oliva, miel, sal marina, pimienta, hierbas aromáticas
Frutal	Piña, Stevia

**Tabla 9.** Componente toppings.

<b>Toppings</b>	<b>Características</b>
Lechuga iceberg	Fresco
Tomate	Fresco
Zanahoria	Fresco
Cebolla caramelizada (miel)	Caramelizada con miel
Maicitos	Natural, sin conservantes, ni preservantes
Queso mozzarella	Bajo en grasa (16%)
Queso cuajado	Bajo en grasa (23%)

**Tabla 10.** Componentes acompañantes.

<b>Acompañantes</b>	<b>Lugar de elaboración</b>
Patacón horneado	Restaurante
Papa horneada	Restaurante

**Tabla 11.** Componentes bebidas.

<b>Bebidas</b>	<b>Ingredientes</b>
Jugos naturales en agua y leche	Mango, mora, fresa, maracuyá, lulo, uva, banano, guayaba, guayaba de arazá
Smothies	2 o 3 frutas a selección del cliente
Extractos	Naranja y mandarina
Infusiones	- Mora con eucalipto - Flor de Jamaica con limón - Lulo con hierbabuena - Maracuyá con canela y hierbabuena
Malteada natural	Mango, mora, fresa, maracuyá, lulo, uva, banano, guayaba, guayaba de arazá

### *Marca*

El nombre del restaurante será “Shanti” que significa paz para el cuerpo, el alma y la mente; este nombre fue inspirado en la tranquilidad del cliente al consumir un alimento de su gusto siendo saludable. Shanti busca reunir los sabores, aromas, colores más saludables nutritivos y deliciosos.

### *Logo .*

**Figura 26.** Logo del restaurante.

### *Eslogan*

“Paz y armonía en tu cuerpo”, eliminando el paradigma que comer saludable es aburrido o que comer comida rápida no es saludable.

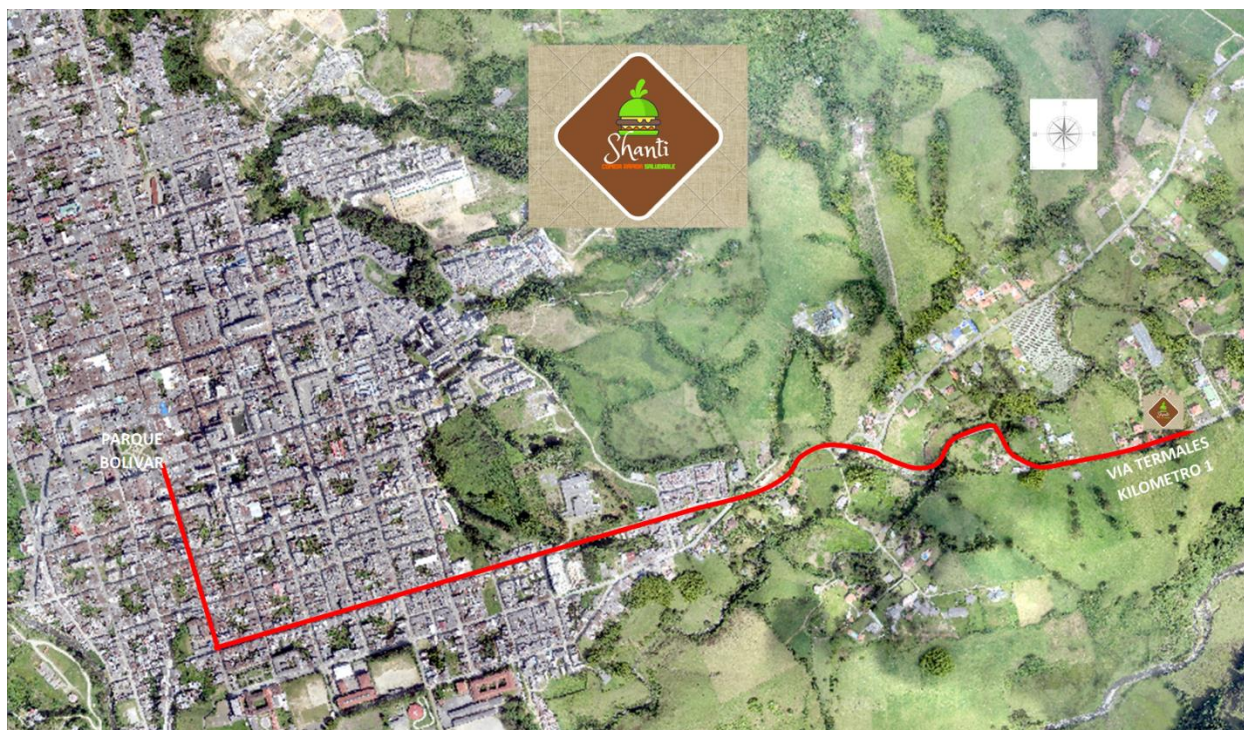
### **Plaza**

Los productos serán suministrados a los clientes directamente en el restaurante por lo cual las instalaciones del mismo deben responder a las expectativas y gustos de los clientes que buscan comida rápida saludable, encontrando un lugar aseado, bien decorado, con buen paisaje, preferiblemente donde pueda tener contacto con la naturaleza y donde departir en familia. El sector de la vía a termas se facilita para encontrar estas condiciones además de aportar la posibilidad de recorridos a pie o en bicicleta disfrutando del paisaje y el clima que ofrece, hallando en el restaurante el lugar ideal para descansar y disfrutar de un buen plato de comida rápida saludable.

### **Estrategias de plaza**

- *Ubicación y característica del punto de venta:* El restaurante se ubica en un sitio rural y turístico, estratégico de Santa Rosa de Cabal, en la cual hay una demanda alta de consumo tanto de clientes locales, regionales, nacionales y extranjeros.

**Figura 27.** Ubicación del restaurante.

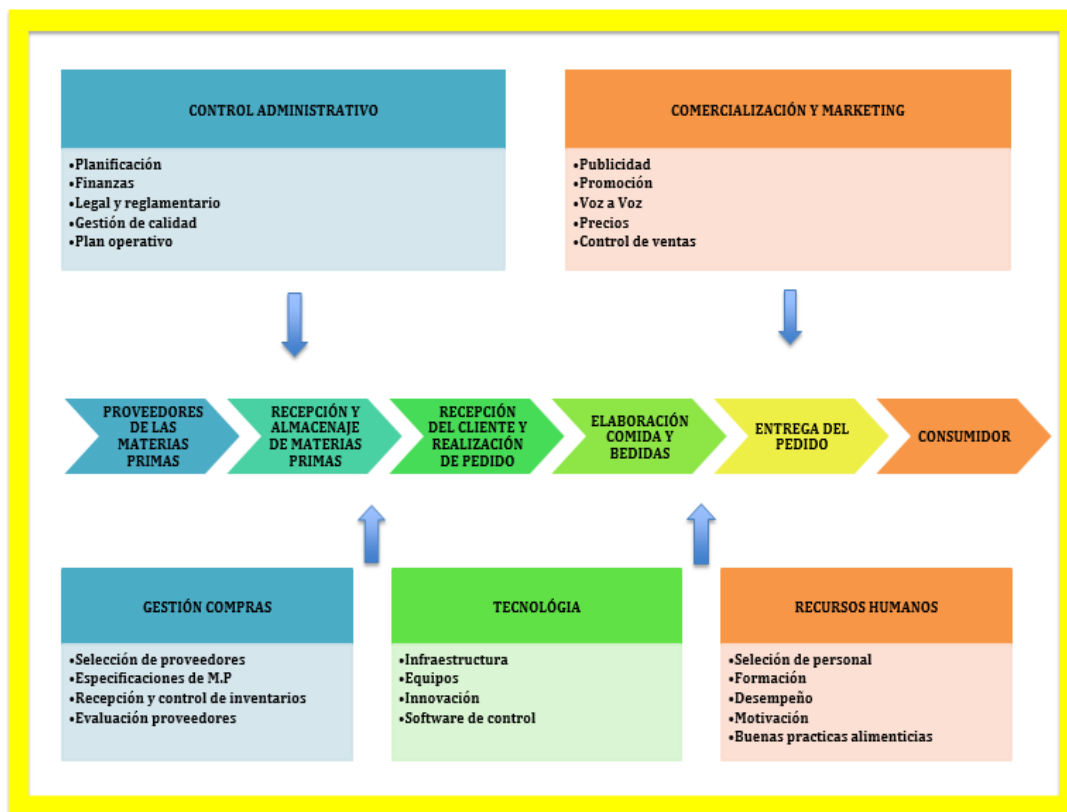


- *Comunicación:* A través de publicidad en sitios web, Instagram, Facebook dando a conocer la carta, promociones y servicios. Además, interacción con los clientes por líneas telefónicas como la línea fija telefónica y vía WhatsApp.
- *Imagen:* Esta estrategia estará enfocada en 4 variables, la presentación del plato, presentación del personal, diseño y decoración del local. Los empleados se distinguirán por su uniforme que consiste en un delantal de cocina resaltando el logo y marca del restaurante y una camiseta tipo polo, los platos por su elegancia y buen sabor y el local por su buen ambiente y comodidad.
- *Distribución:* El plato será distribuido de forma directa una vez el cliente lo ordene de forma in situ o por medio del domicilio.
- *Servicio:* El tiempo de espera después de ordenar el cliente el producto final in situ será aproximadamente 15 minutos y a domicilio aproximadamente 35 minutos para disfrutar de un excelente menú, con opciones de pago en efectivo o pago electrónico.
- *Competencia:* Permanente vigilancia a la competencia comercial y a los nuevos establecimientos que lleguen al sector analizando calidad, servicio, tamaño y precio.
- *Público objetivo:* Nuestro nicho de mercado está dirigido a personas interesadas en el cuidado de su alimentación, tanto personal como del círculo familiar, dispuestos a

destinar recursos económicos en alimentos sanos y necesarios para el organismo, sin dejar a un lado los gustos, evitando productos altamente dañinos para salud, conscientes de materias primas ecológicas, orgánicas, bajos en sal, grasas y azúcar, entre otros. Las personas son de un ingreso promedio entre estratos medio-alto locales, nacionales e internacionales, conformado por algún tipo de relación familiar, incluyendo principalmente niños y jóvenes.

En la figura No. 28 se esquematiza el canal de distribución del restaurante *Shanti*, el cual inicia con el proceso de operación, que comprende desde el suministro de las materias primas, el servicio y la satisfacción del cliente; como apoyo a todo el proceso de operación existe el proceso administrativo encargado de la planeación, la gestión de calidad, la parte financiera y todo el plan operativo, al igual que la gestión de compras y de la selección del personal. Así mismo, está el proceso de publicidad y comercialización encargado de fortalecer el nicho de mercado a través de las campañas publicitarias en las redes sociales. Todos los procesos anteriores enmarcados dentro de las instalaciones que harán del lugar el mejor sitio para visitar.

**Figura 28.** Canal de distribución del restaurante *Shanti*.



## **Precio**

El precio del producto debe estar ligado a los costos de producción del mismo, empero estos también deben responder a la capacidad de adquisición de los posibles clientes.

### **Estrategias de precio:**

- *Precios competencia:* Se debe comparar y estudiar los precios utilizados de la competencia para tenerlos como referencia al momento de fijar los precios del restaurante.
- *Capacidad de adquisición:* Se debe tener en cuenta la capacidad adquisitiva de los clientes, después de conocer el rango de presupuesto que las personas tienen destinados para este tipo de comida esta se encuentra \$10.000 y \$25.000.
- *Variedad de productos:* La variedad de hamburguesas ofrecidas es un factor determinante del precio con el cual se va a salir al mercado. Por lo anterior se estableció un precio para plato consistente en una hamburguesa de proteína animal o vegetal, un pan artesanal, 3 toppings (fresco, procesado y lácteo), dos tipos de salsas de la casa, un acompañante y una bebida de la siguiente manera:
  - ✓ Plato de hamburguesa de proteína animal \$25.500
  - ✓ Plato de hamburguesa de proteína vegetal \$22.500

## **Promoción**

El canal de venta será el restaurante, mediante la publicidad en sitios web, la promoción y el acercamiento directo al cliente durante todo el proceso del servicio interno del restaurante, el cual generará a su vez un “voz a voz” que permitirá a muchos potenciales clientes tomar la decisión de visitar el restaurante de comida rápida saludable. También se llegará a los clientes mediante redes sociales como Facebook, Instagram. Además, se dará a conocer por medios como volantes.



### **Estrategias de promoción:**

- *Beneficio social local:* A los clientes locales del sector rural donde se ubica el restaurante, serán beneficiados con un 10% como bono de descuentos en los platos de la carta.
- *Fidelización:* Cuando los clientes consuman en el restaurante al momento del pago podrán acceder al registro de visita, acumulando un total de 100 puntos, donde cada una de estas visitas valdría 10 puntos, es decir, 10 visitas son 100 puntos, con estos, los clientes podrán acceder al 25% en su onceava compra.
- *Creación de sitio web:* En este sitio se tendrá una relación indirecta con los clientes sobre los productos, servicios y promociones durante cada mes, además se podrá visualizar la publicidad referente a la empresa.
- *Apertura en redes sociales:* En este sitio se tendrá una relación indirecta y directa con los clientes sobre los productos, servicios y promociones durante cada mes, además se podrá visualizar la publicidad referente a la empresa.
- *Promoción 2x1:* Los miércoles se hará promoción dos por uno en comidas y bebidas.
- *Promoción unión:* Los grupos de clientes con infantes como integrantes menores de 12 años se le hará un descuento del 10% los días viernes en el total de la compra.
- *Proveedores:* Se le hará un descuento del 10% a compras realizadas en el establecimiento a cada visita de los proveedores, buscando una alianza y reciprocidad de los productos comprados.

### **7.2. Análisis técnico-operativo**

En este estudio se encuentra lo pertinente a la infraestructura, recursos físicos y procesos necesarios para la operación del restaurante, los cuales se encuentran en concordancia con el estudio de mercado y los análisis anteriores.

### 7.2.1. Proveedores y aliados

A continuación, se visualizan los proveedores necesarios para la elaboración y prestación del servicio del restaurante como insumos, materias primas, materiales y servicios. Estos proveedores fueron escogidos en base a las características del establecimiento de carácter de consumo rápido, lo más sano, natural, ecológico y hasta orgánicamente posible, de acuerdo a la siguiente información considerada:

- ✓ Nombre de la empresa, información legal completa de acuerdo a la actividad, ubicación, tipos de producto, tarifas de producto, formas de pago.
- ✓ Tipo de producto: información de elaboración de productos, productos utilizados, procedencia de los productos.
- ✓ Calidad Vs Precio: Al considerarse productos de innovación por sus procesos sanos y libres de tantos componentes no deseados para el organismo, son de mayor precio, por lo que se invertirá en la propuesta de valor sin generar pérdidas asociadas a la calidad del producto y el servicio.
- ✓ Referencias previas y reconocimiento de otros, mirando cumplimientos en tiempos, calidad, alianzas, entre otros.

A cada uno de los proveedores se les mencionará los beneficios de las alianzas establecidas en las estrategias de mercado con el propósito de garantizar el balance calidad y precio; lo anterior, también busca generar fidelizaciones sin dependencias que puedan garantizar el servicio adecuado del restaurante, teniendo más de un proveedor del mismo producto. En la siguiente tabla se muestran los proveedores más idóneos:

**Tabla 12.** Proveedores del servicio del restaurante.

Proveedor	Producto	Ubicación	Contacto	Cumplimiento legal
<i>Componente cereal</i>				
Burger Green	Pan de diferentes cereales	Pereira	+57 6 3313236	Si
Panadería vital Levitó	Pan de diferentes cereales	Nacional	+573113204791	Si
<i>A) Componente proteína animal</i>				
Escarola	Pollo orgánico 500 g	Bogotá	+573183595641	Si
Siembra viva	Pollo orgánico 700 g	Medellín	+573105413537	Si
Treppa	Productos cárnicos-IQF sin preservativos, sin aditivos, sin colorantes, sin nitritos, 100% naturales (Pollo, res, cerdo, pavo)	Bogotá	+57 1 467-4447	Si
Mister conejo	Carne de conejo 100% natural	Bogotá	+57 6846524	Si
Productos la Telera	Chorizo bajo en grasa, sin conservantes, ni preservantes, ni aditivos	Santa Rosa de Cabal	+573044161220	No
<i>B) Componente proteína vegetal</i>				
Delivida	Hamburguesa de quinoa, algas nori	Armenia	+573112643017	Si
Siembra viva	Hamburguesa de lenteja, garbanzos	Medellín	+573105413537	Si
Escarola	Hamburguesa de lentejas, garbanzos	Bogotá	+573183595641	Si
Vegano Market	Hamburguesa de lentejas, garbanzos, vegetales, sésamo, soya, vegetales	Bogotá	+57316 243 6789	Si
Alves	Hamburguesa de vegetales	Medellín	+574 4448733	Si
Vitasano	Hamburguesa de vegetales	Medellín	+57318 5604581	Si
Mercado manos colombianas	Hamburguesa de quinoa, vegetales, amaranto y ajonjolí	Medellín	+573017247074	Si
<i>C) Componente toppings</i>				
Treppa	Queso campesino descremado al 96%, queso mozzarella descremada y deslactosada	Bogotá	+57 1 467-4447	Si

Escarola	Queso ecológico	Bogotá	+573183595641	Si
Vegetable orgánico	Vegetales orgánicos	Manizales	+573127760013	Si
Siembra viva	Vegetales libres de agrotóxicos	Medellín	+573105413537	Si
<b>D) Componente acompañantes</b>				
Siembra viva	Vegetales libres de agrotóxicos	Medellín	+573105413537	Si
Vegetable orgánico	Vegetales orgánicos	Manizales	+573127760013	Si
<b>E) Componente bebidas</b>				
Frugy	Extracto de fruta 100%, sin preservativos (mango, mora, lulo, fresa, guayaba dulce, maracuyá, limón)	Manizales	+5768743900	Si
Frutales las Lajas	Aguacate y limón libres de agrotóxicos	Zarzal	+573137432024	Si
Postobon	Agua potable embotellada	Santa Rosa de C.	+576 3648550	Si
<b>F) Otros ingredientes y materias primas</b>				
Colour Greek	Yogurt griego natural	Pereira	+573113313561	Si
Vitasano	Avena en hojuelas, semillas de chía, aceite de extra-virgen de ajonjolí	Medellín	+57318 5604581	Si
Escarola	Semillas de chía, plantas aromáticas, sal marina, aceite de extra-virgen de ajonjolí	Bogotá	+573183595641	Si
Makro Alkosto	Lenteja, trigo, vinagre extra-virgen	Dosquebradas Pereira	+5763152004 +5763400000	Si
Mi Día	Maíz tierno natural, sin conservantes ni preservativos	Bogotá	+573174052169	Si
Tinto Parado	Stevia	Santa Rosa de Cabal	+573155307471	Si
Apiarios del Café	Miel	Santa Rosa de Cabal	+573137581200	Si
Santa Lucía	Huevo de gallinas felices	Santa Rosa de Cabal	+573225611210	No

## 7.2.2. Plan de producción

### 7.2.2.1. Almacenamiento para producción

Los productos o ingredientes con los cuales el restaurante elaborará sus productos de consumo, ha de saberse que poseen una vida de anaquel, es decir, su vida útil que depende mucho del estado en que lleguen al sitio, por ej. Las frutas o verduras con su estado de madurez, también la forma de presentación de empaque, el transporte que fue utilizado para llegar a dicho lugar, entre otras como los procesos de conservación o preservación natural que hayan tenido antes, estos son consideraciones que deben ser tenidas en cuenta al momento de la compra. Sin embargo, las consideraciones que le competen al restaurante cuando ya se han comprado son netamente el almacenamiento que en base con las características de los mismos se realiza un método. Es por eso que a continuación se presenta los diferentes productos o ingredientes con las que cuenta el restaurante, su tipo de almacenamiento y su método de almacenamiento.

**Tabla 13.** Almacenamiento para producción.

<b>Producto o ingrediente</b>	<b>Tiempo Almacenamiento</b>	<b>Método</b>
<b>Chía</b>	2 años	Temperatura ambiente
<b>Pan Integral</b>	4 meses	Temperatura ambiente
<b>Pan Árabe</b>	4 meses	Temperatura ambiente
<b>Pan Avena</b>	4 meses	Temperatura ambiente
<b>Pan Centeno</b>	4 meses	Temperatura ambiente
<b>Lenteja</b>	1 año	Temperatura ambiente
<b>Trigo</b>	10 meses	Temperatura ambiente
<b>Maicitos</b>	2 años	Temperatura ambiente
<b>Ajo</b>	4 meses	Temperatura ambiente
<b>Miel</b>	No posee	Temperatura ambiente
<b>Vinagre blanco</b>	1 año	Temperatura ambiente
<b>Sal marina</b>	No posee	Temperatura ambiente
<b>Aceite vegetal</b>	1 año	Temperatura ambiente
<b>Mostaza molida</b>	1 año	Temperatura ambiente
<b>Ají</b>	2-3 semanas	Temperatura ambiente
<b>Pimienta</b>	1 año	Temperatura ambiente
<b>Aguacate</b>	15 días	Temperatura ambiente
<b>Aceite de oliva</b>	No posee	Temperatura ambiente
<b>Ajonjolí</b>	No posee	Temperatura ambiente
<b>Hiervas aromáticas</b>	1 mes	Temperatura ambiente

<b>Stevia</b>	10-15 años	Temperatura ambiente
<b>Papas</b>	1 mes	Temperatura ambiente
<b>Plátano</b>	1 a 4 semanas	Temperatura ambiente
<b>Harina integral</b>	10 meses	Temperatura ambiente
<b>Avena</b>	12 meses	Temperatura ambiente
<b>Perejil</b>	1-2 meses	Refrigeración
<b>Levadura fresca</b>	1-2 meses	Refrigeración
<b>Lechuga iceberg</b>	1 semana	Refrigeración
<b>Queso mozzarella</b>	3 meses	Refrigeración
<b>Queso cuajado</b>	3 semanas	Refrigeración
<b>Mango</b>	3-6 semanas	Refrigeración
<b>Pimentón</b>	3-4 semanas	Refrigeración
<b>Huevo</b>	30-35	Refrigeración
<b>Pimentón</b>	3-4 semanas	Refrigeración
<b>Cilantro</b>	15 días	Refrigeración
<b>Maracuyá</b>	1 mes	Refrigeración
<b>Yogur natural</b>	2 meses	Refrigeración
<b>Piña</b>	2-4 semanas	Refrigeración
<b>Lulo</b>	1 mes	Refrigeración
<b>Uva</b>	1 mes	Refrigeración
<b>Banano</b>	1 mes	Refrigeración
<b>Guayaba</b>	2 meses	Refrigeración
<b>Guayaba de arazá</b>	2 meses	Refrigeración
<b>Naranja</b>	3 meses	Refrigeración
<b>Mandarina</b>	1 mes	Refrigeración
<b>Eucalipto</b>	1 mes	Refrigeración
<b>Flor de Jamaica</b>	2 mes	Refrigeración
<b>Hierbabuena</b>	1 mes	Refrigeración
<b>Canela</b>	12 meses	Refrigeración
<b>Carne de res natural y sin nitritos</b>	4-6 meses	Congelación
<b>Carne de pollo sin aditivos, preservativos, ni agua</b>	6-8 meses	Congelación
<b>Carne de cerdo naturales sin aditivos</b>	4-6 meses	Congelación
<b>Carne de conejo natural</b>	5 meses	Congelación
<b>Chorizo bajo en grasa, sin aditivos, ni preservativos</b>	5 meses	Congelación
<b>Carne de quinoa sin preservantes y colorantes naturales</b>	3 meses	Congelación
<b>Carne de vegetales sin preservantes y colorantes naturales</b>	3 meses	Congelación

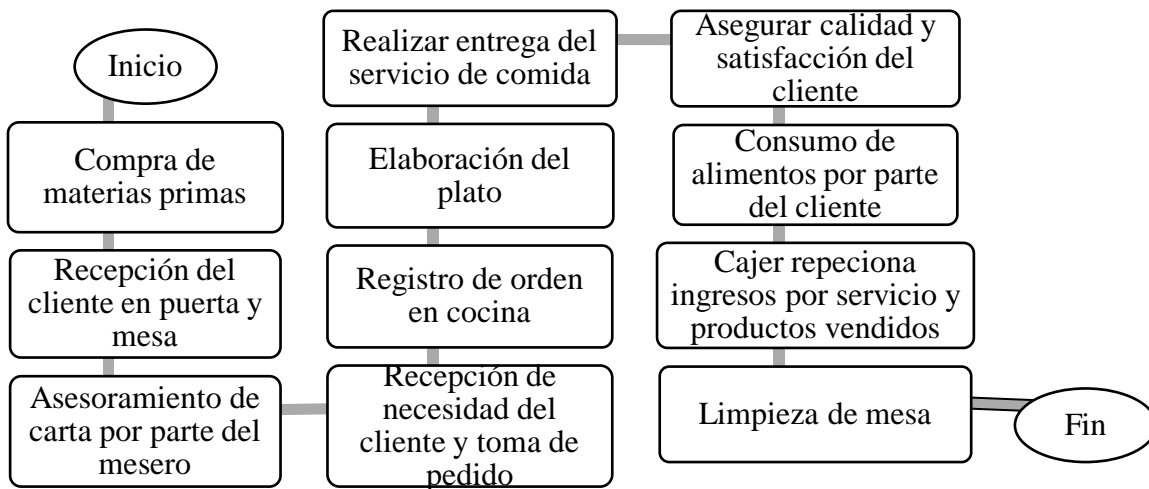
<b>Carne de garbanzos sin preservantes y colorantes naturales</b>	3 meses	Congelación
<b>Tomate</b>	3- 4 meses	Congelación
<b>Zanahoria</b>	8-12 meses	Congelación
<b>Cebolla cabezona</b>	4-6 semanas	Congelación
<b>Limón</b>	3-4 meses	Congelación
<b>Cebolla morada</b>	4-6 semanas	Congelación
<b>Mora</b>	2 semanas	Congelación
<b>Fresa</b>	2 semanas	Congelación
<b>Lulo</b>	45 días	Congelación

Para los productos hechos en el restaurante todos poseen otra vida útil, el pan multi-cereal tiene una vida de anaquel de 1 día, la proteína vegetal elaborada posee 2 meses en congelación, las salsas tienen una duración máxima de dos días en refrigeración y las bebidas que se hacen deben ser consumidas en horas, sólo los jugos en agua tienen una duración de 1 día en refrigeración a igual que las infusiones.

#### **7.2.2.2.Proceso del servicio**

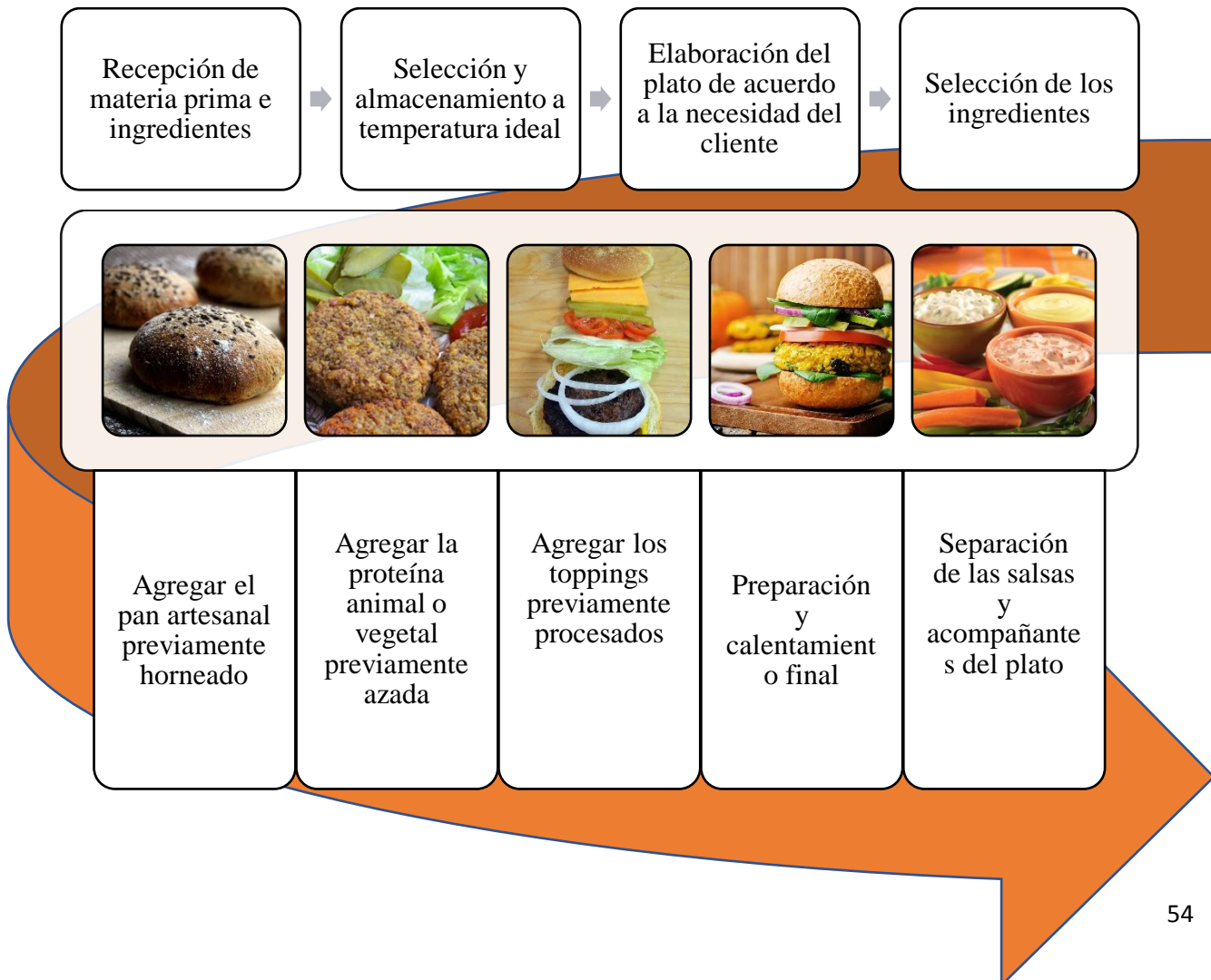
Después de dejar el vehículo en el parqueadero o haber cruzado por este, el cliente ingresa por la puerta del restaurante, se recibe y se le indican las mesas que están disponibles, posterior a ello se le hace un adecuado asesoramiento de la carta y del menú, de esta actividad se encargan los meseros, quienes toman el pedido en la mesa y registra una orden de comida en la cocina por cliente indicando la mesa, se procede entonces a la elaboración del plato de acuerdo a las necesidades y deseos de los clientes y una vez se encuentre listo, los meseros hacen entrega de los alimentos, se asegura de la satisfacción del cliente antes ¿Requiere o desea algo más? y mediante preguntas cómo ¿Estuvo bien? ¿Fue de su agrado el alimento? ¿Alguna observación?, entre otras, después de que los clientes hayan consumido su plato, luego los clientes deben acercarse al área de servicio y pago, donde realizará la cancelación de su pedido de servicio o producto y en caso de poseer alguna PQRSA (petición, queja, reclamo, requisito, solicitud o aporte) se tomará en dicha área ya sea escrita o verbal la cual dependerá del suceso, finalmente se procederá a hacer limpieza de la mesa y suelo si es necesario para los próximos clientes.

**Figura 29.** Flujo de proceso del servicio.



### 7.2.2.3. Proceso de elaboración del plato

**Figura 30.** Flujo de proceso de elaboración del plato.





Producto final: Hamburguesa de preferencia por el cliente en plato con la bebida de su elección

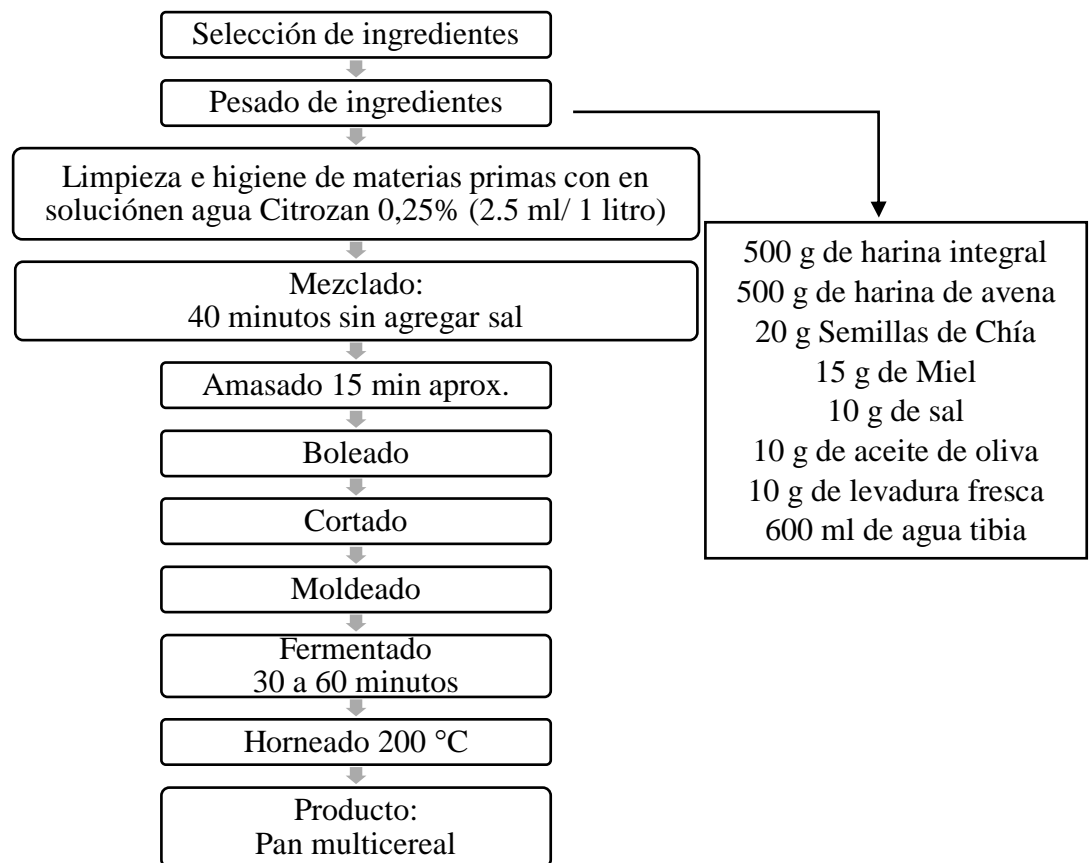
Una vez es recepcionada y almacenada los ingredientes y la materia prima la atención de los clientes, se procede a realizar la elaboración del plato de acuerdo a los primeros procesos del servicio, inicialmente se seleccionan los ingredientes de preferencia, se adiciona el pan artesanal (ver proceso de elaboración y preparación del pan), se adiciona la proteína animal o vegetal previamente asada (ver proceso de elaboración y preparación de proteína animal y vegetal), se adicionan los 2 toppings de selección (ver proceso de preparación de toppings), una vez preparada y armada la hamburguesa se calienta y se sirve en un plato con 1 o 2 salsas (ver proceso de preparación de salsas y acompañantes) y el acompañante de su selección en el plato y se sirve con la bebida elaborada.

#### **7.2.2.4. Proceso de elaboración del pan**

##### **Procesamiento de elaboración del pan**

El procesamiento de elaboración del pan multi-cereal es de fácil preparación, inicialmente se activa la levadura con agua tibia durante 15 minutos y luego se mezcla con todos los ingredientes a excepción de la sal que se adiciona al final del proceso de mezclado, se amasa aproximadamente 15 minutos hasta obtener un bol homogéneo, no pegajoso y de extendido fácil, cilindrar por 5 minutos, tapar con un plástico y dejar leudar por 40 minutos, después de este tiempo volver a amasar en forma circular cubrir nuevamente la masa y dejar reposar por 15 minutos adicionales, volver amasar moldear, rosear las semillas de chía y colocar en los moldes dejando leudar por un tiempo más prolongado de 50 minutos, luego hornear a 170 °C por 50 minutos, desmoldar y dejar enfriar, para obtener un delicioso pan multi-cereal.

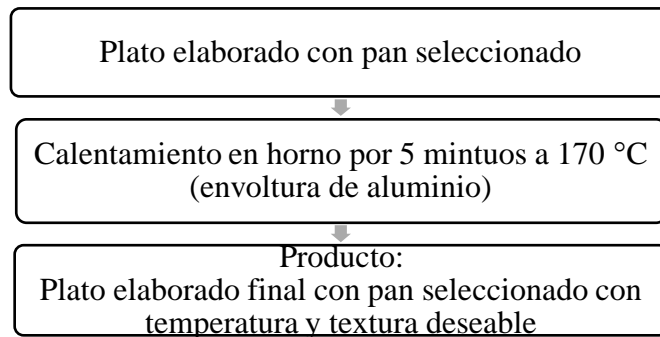
**Figura 31.** Flujo de procesamiento de elaboración del pan.



### Procesamiento de preparación del pan

El pan que viene preparado, el cual se encuentra en la despensa a temperatura ambiente, debe entrar a proceso de producción de elaboración del planto y una vez elaborada la hamburguesa, esta pasa por un calentamiento en el horno dentro de papel aluminio a una temperatura de 170 °C por 5 minutos, esto para evitar que el pan se pegue al horno, se queme o se tueste por partes, este método es con el fin de ablandar el pan para satisfacción del cliente, ya que esta es una característica principal de la hamburguesa.

**Figura 32.** Flujo de procesamiento de preparación del pan.

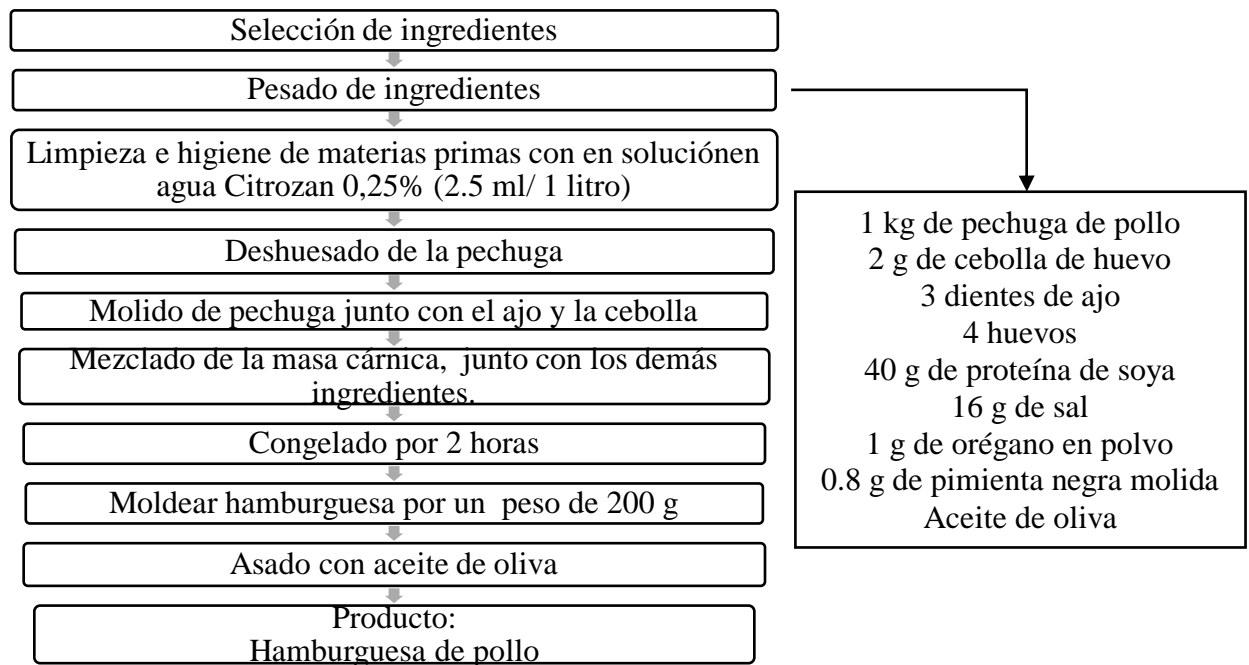


#### **7.2.2.5. Proceso de elaboración de proteína animal**

##### **Procesamiento de elaboración de proteína animal**

La hamburguesa de pollo se caracteriza por ser de elaboración artesanal, sana y de buen sabor, su proceso de elaboración consiste en la selección de las materias primas que se describen en el diagrama de flujo haciendo uso de los proveedores ya seleccionados. Se procede al pesado y pelado de los materiales, posterior a ello se procede a deshuesar y moler el pollo junto con el ajo y la cebolla para formar la masa cárnica, luego mezclar en un bol grande donde se adicionan los demás ingredientes como los huevos batidos, la proteína previamente hidratada y se amasa toda la mezcla para lograr una masa bien homogénea y lograr la textura adecuada para formar la hamburguesa, después dejar reposar aproximadamente por dos horas para lograr que el sabor se potencie y posterior a ello moldear la hamburguesa con un peso de 200 gramos, llevar al congelador a una temperatura de  $-20 \leq -10^{\circ}\text{C}$ . En el momento de la preparación asar con aceite de oliva a fuego medio dejando aproximadamente 4 minutos por cara de la hamburguesa.

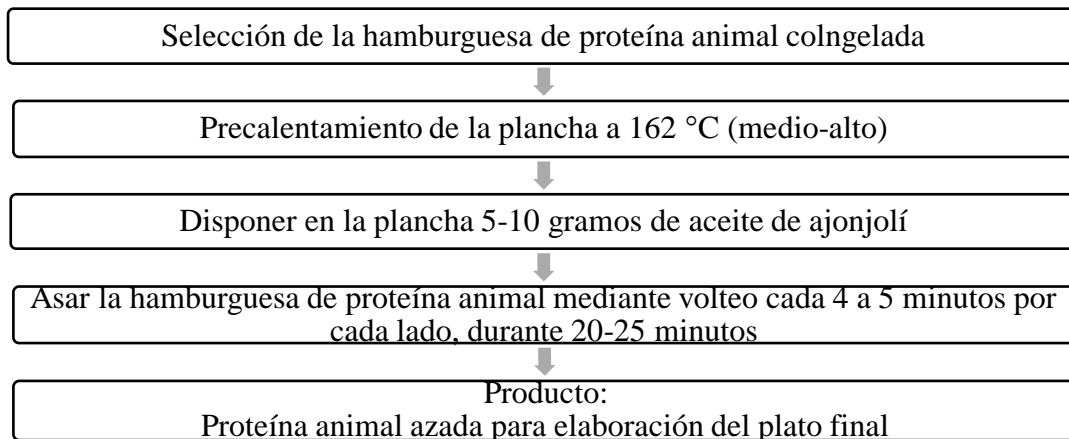
**Figura 33.** Flujo de procesamiento de elaboración de proteína animal.



### Procesamiento de preparación de la proteína animal

La hamburguesa de proteína animal que ya viene preparada, la cual se encuentra en el cuarto frío, debe entrar a proceso de producción de elaboración del plato donde esta hamburguesa animal se pondrá en la planta ya precalentada a una temperatura de 160-162 °C, luego la hamburguesa se sacará congelada y se pondrá en la planta con aceite extra virgen de ajonjolí, donde está aproximadamente entre 20-25 minutos hasta obtener el dorado y la cocción interna deseada, mediante un volteo suave con espátula cada 4 a 5 minutos, luego será dispuesta para la elaboración del plato.

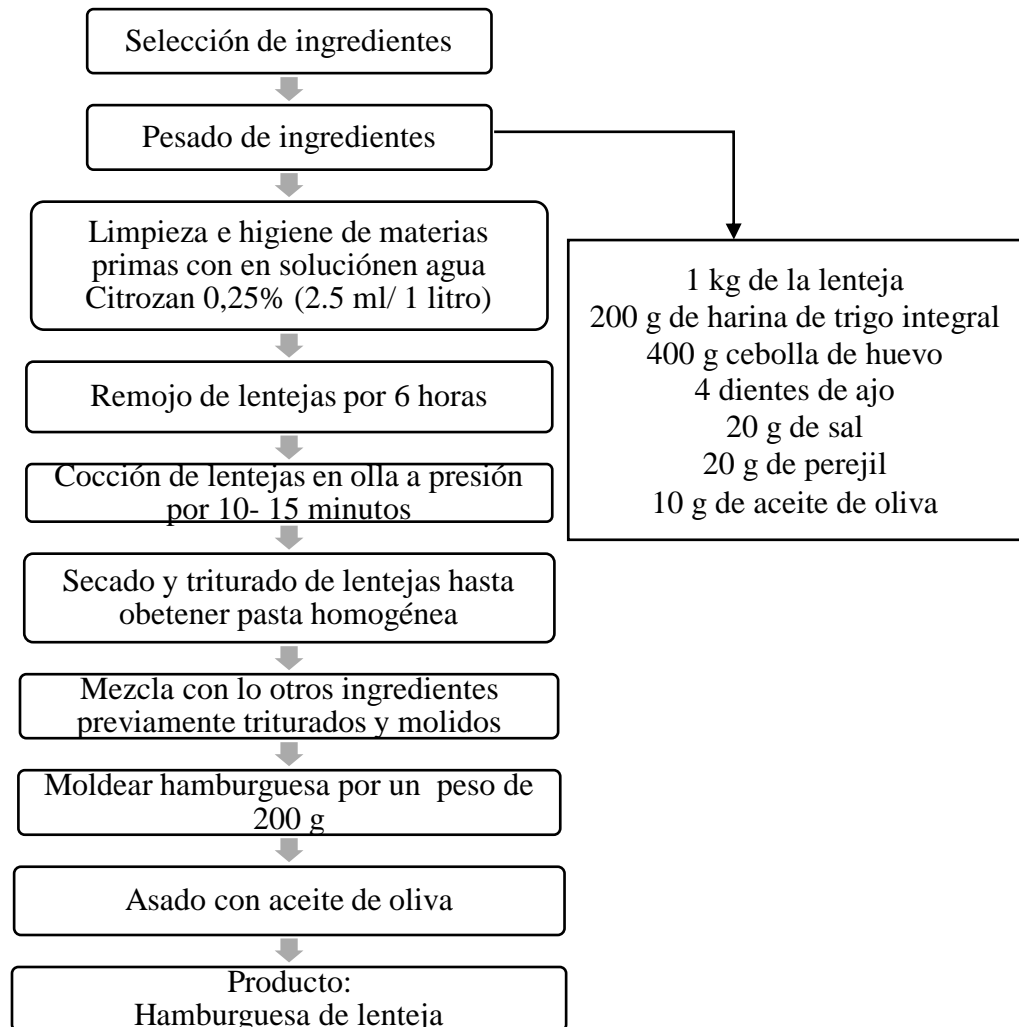
**Figura 34.** Flujo de procesamiento de preparación de proteína animal.



#### **7.2.2.6. Proceso de elaboración de proteína vegetal**

La hamburguesa de lentejas se destaca por su alto contenido en fibra y aminoácidos que generan fácil digestión. Esta proteína fue seleccionada por el restaurante como alternativa de alimentación saludable para veganos, vegetarianos y para aquellos que quieran disfrutar de una proteína vegetal. Su proceso de elaboración conlleva a las etapas de hidratación previa de la legumbre que debe estar entre 4 y máximo 12 horas para iniciar la actividad enzimática y hacerla mayormente digerible, posteriormente se realiza cocción en olla a presión para no perder propiedades naturales en el tiempo debido, secado, triturado, mezclado y moldeado de la hamburguesa.

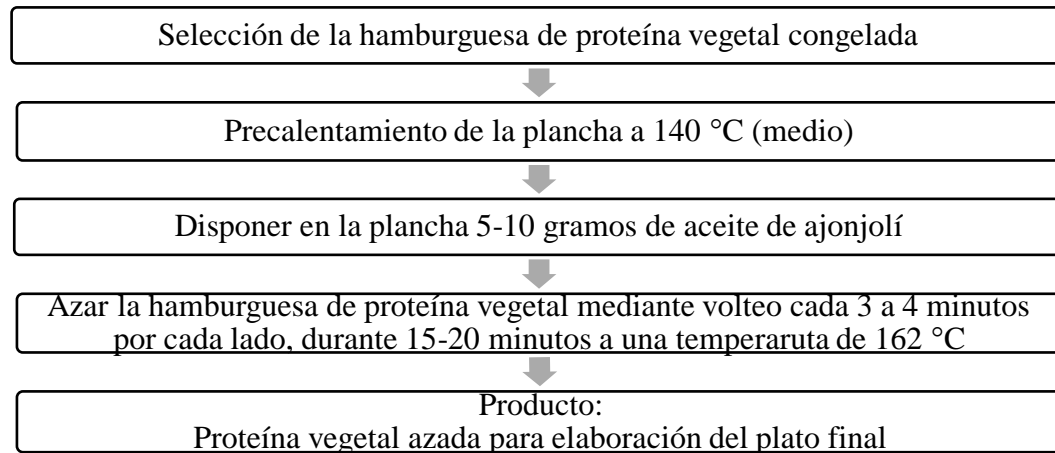
**Figura 35.** Flujo de procesamiento de elaboración de proteína vegetal.



### Procesamiento de preparación de proteína vegetal

La hamburguesa de proteína vegetal que ya viene preparada, la cual se encuentra en el cuarto frío, debe entrar a proceso de producción de elaboración del plato donde esta hamburguesa animal se pondrá en la planta ya precalentada a una temperatura de 140-142 °C, luego la hamburguesa se sacará congelada y se pondrá en la planta con aceite extra virgen de ajonjolí, donde se esperara que aumente su temperatura de media a alta, es decir a 162 °C aproximadamente, donde está entre 15-20 minutos hasta obtener el dorado y la cocción interna deseada, mediante un volteo suave con espátula cada 3 a 4 minutos, luego será dispuesta para la elaboración del plato.

**Figura 36.** Flujo de procesamiento de preparación de proteína vegetal.

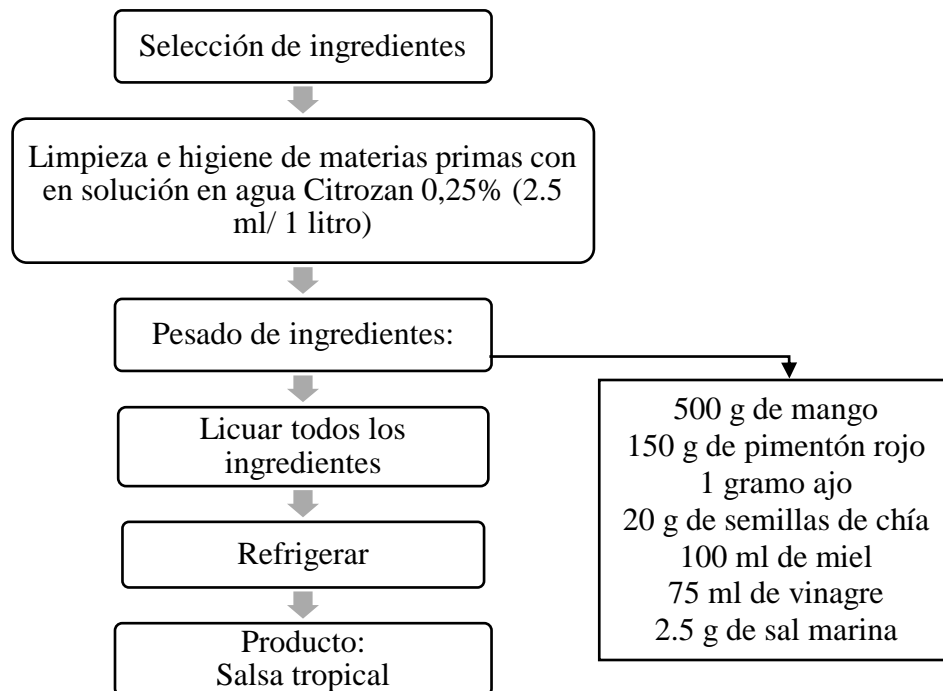


#### **7.2.2.7. Proceso de elaboración de salsas**

Todas las salsas de la casa son preparaciones que tienen como función aportar un sabor particular y ayudar a acentuar el sabor de la hamburguesa, se caracterizan por su valor nutricional, altamente saludables, libres de conservantes que las hacen únicas en su sabor, todas son buenas acompañantes como aderezo del pan, carnes y vegetales. Todas son muy versátiles al momento de consumirlas ya que pueden ser combinadas de la manera que el cliente prefiera. A continuación, se describen los procesos en los diferentes diagramas de flujo.

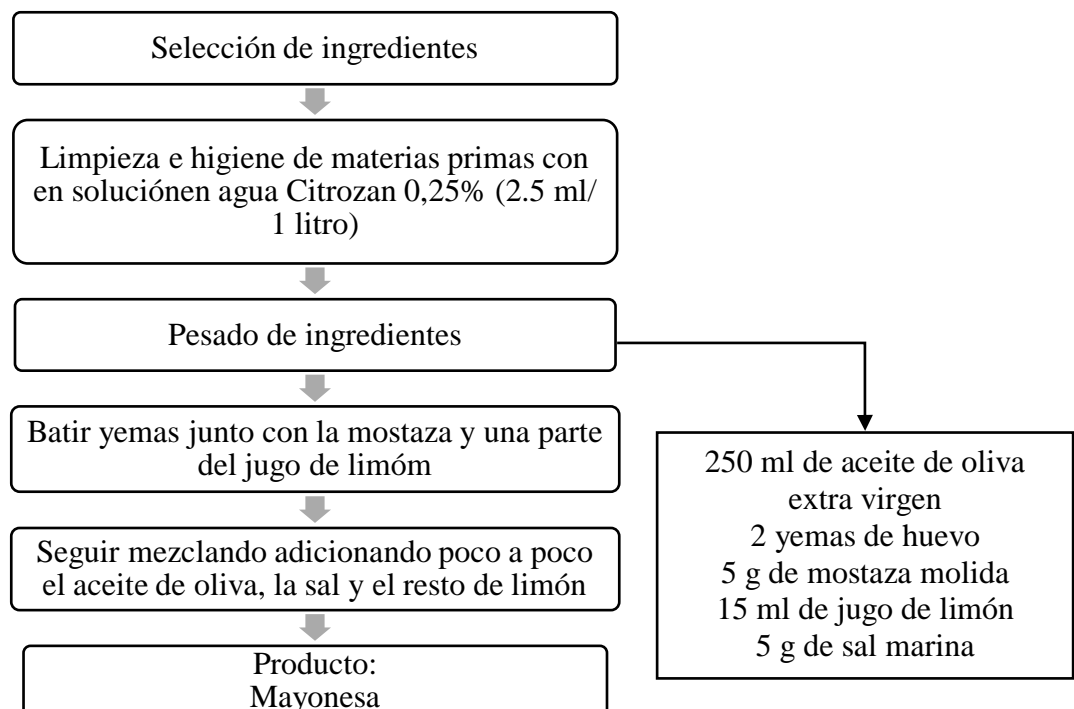
- **Salsa tropical**

**Figura 37.** Flujo de proceso de elaboración de salsa tropical.



- **Mayonesa**

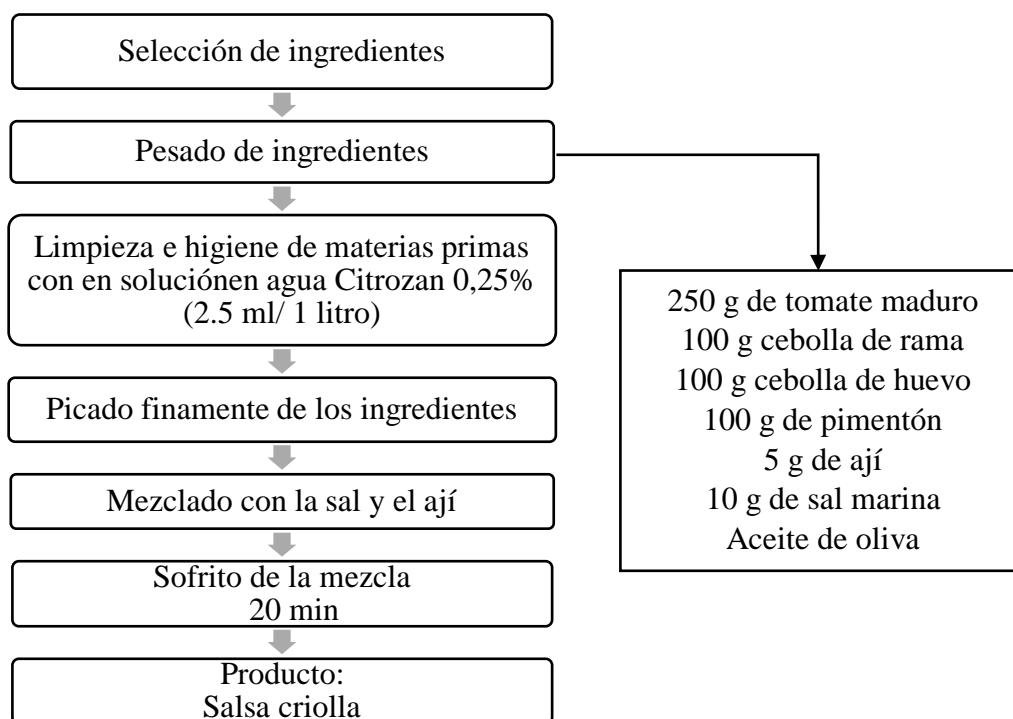
**Figura 38.** Flujo de proceso de elaboración de salsa mayonesa.





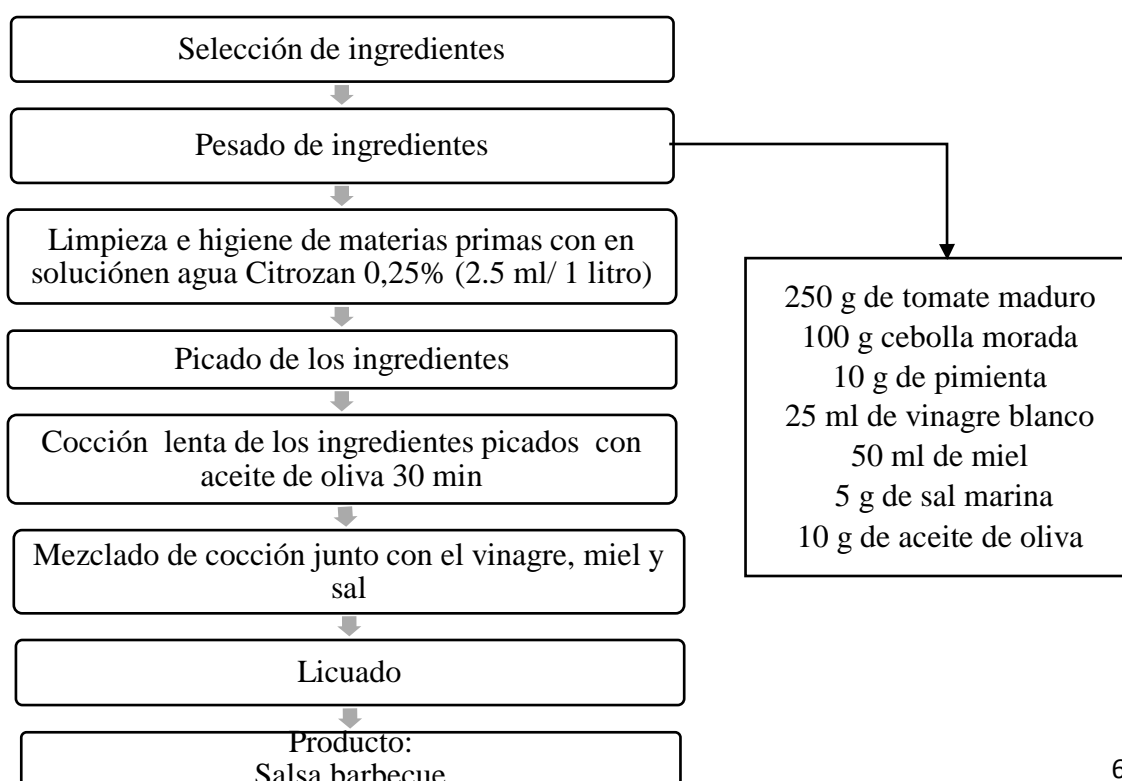
- **Salsa criolla**

**Figura 39.** Flujo de proceso de elaboración de salsa criolla.



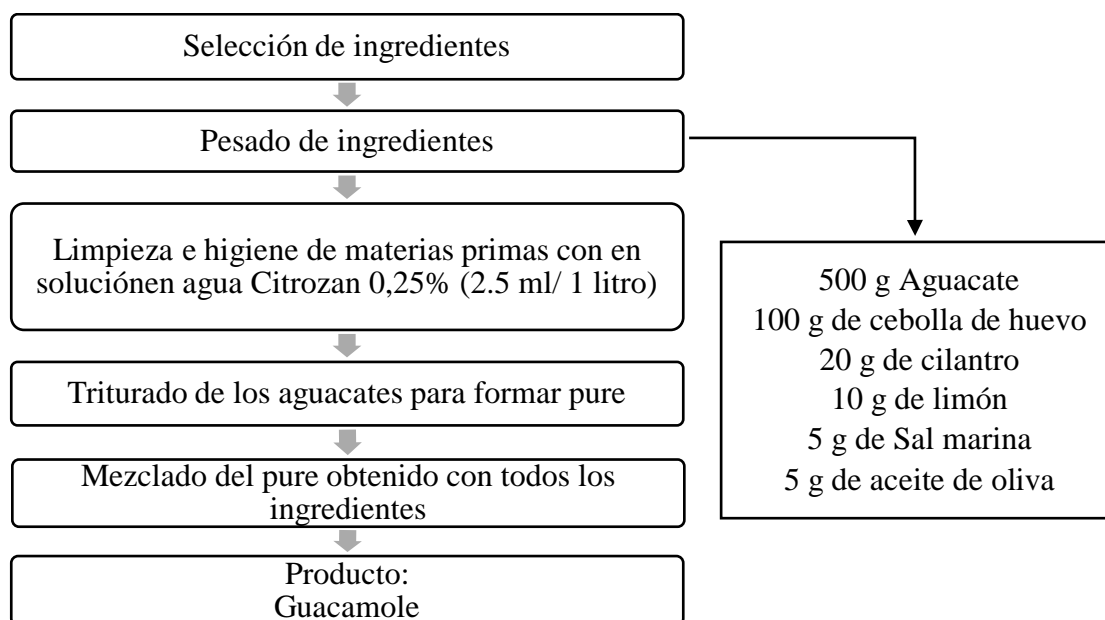
- **Salsa barbecue**

**Figura 40.** Flujo de proceso de elaboración de salsa barbecue.



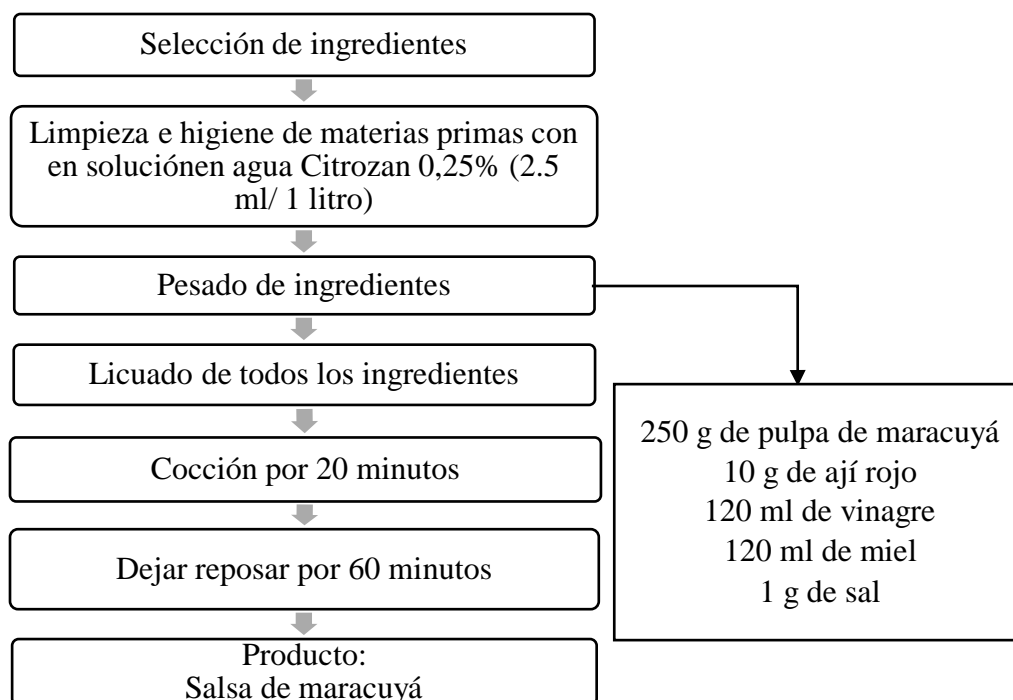
- **Guacamole**

**Figura 41.** Flujo de proceso de elaboración de salsa guacamole.



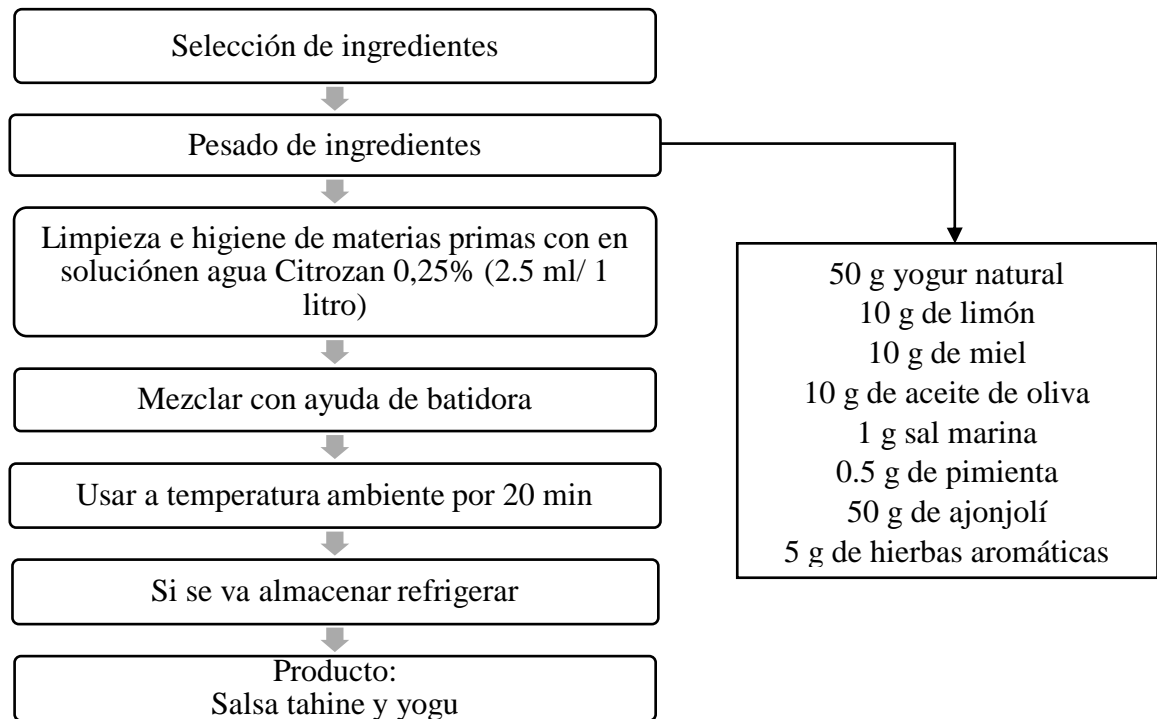
- **Salsa de maracu-yeah**

**Figura 42.** Flujo de proceso de elaboración de salsa maracu-yeah.



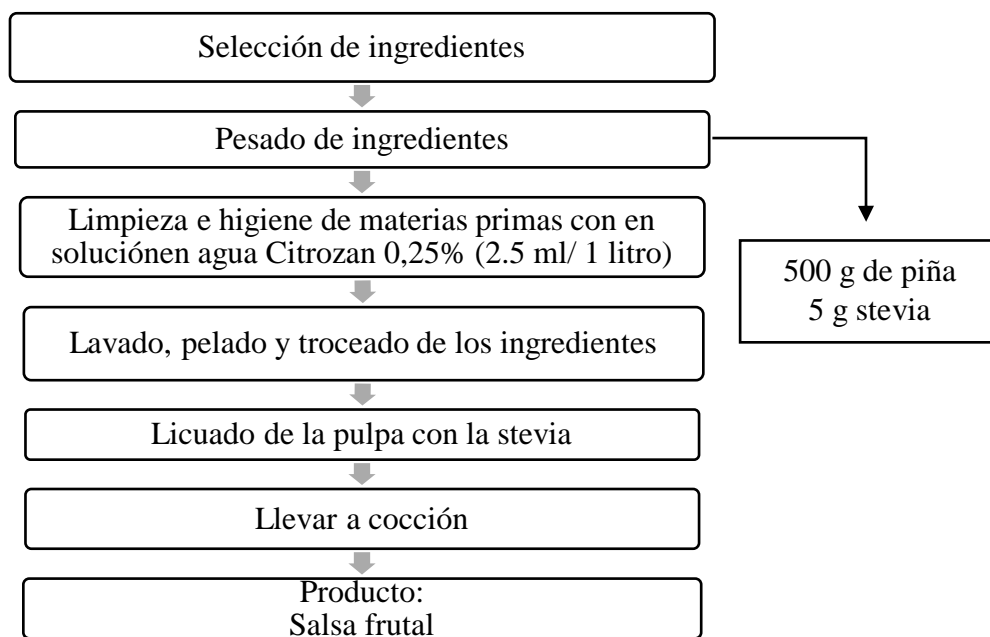
- **Salsa tahine y yogur**

**Figura 43.** Flujo de proceso de elaboración de salsa tropical.



- **Frutal**

**Figura 44.** Flujo de proceso de elaboración de salsa frutal.



#### **7.2.2.8. Proceso de elaboración de toppings**

Con base a los 7 tipos diferentes de toppings que se ofrecen al servicio, cada uno de ellos cuenta con un procedimiento diferente, prime están los vegetales preparados, vegetales procesados y los lácteos.

##### **Procesamiento de vegetales preparados**

Dentro de estos se encuentran la lechuga, el tomate y la zanahoria, los cuales son previamente lavados e higienizados mediante una solución de citrozan a 0.25%, luego a la lechuga se va desojando a medida que se va necesitando, el tomate es cortado en rodajas no mayores a 1.4 cm de ancho y las zanahorias son rayadas. No son expuestos altas temperaturas.

##### **Procesamiento de vegetales procesados**

Aquí se ubica la cebolla cabezona caramelizada y los maicitos; en primera parte la cebolla es limpiada e higienizada con citrozan a la misma concentración de los anteriores, esta es cortada en trozos medios de ancho no mayor a 0.5 mm, estas se calientan con un poco de aceite de ajonjolí para evitar que se pegue en la plancha con miel a temperatura baja (100-120 °C) para obtener su caramelización. Por otra parte, los maicitos los cuales se encuentran congelados son descongelados mediante vapor de agua a 120 °C.

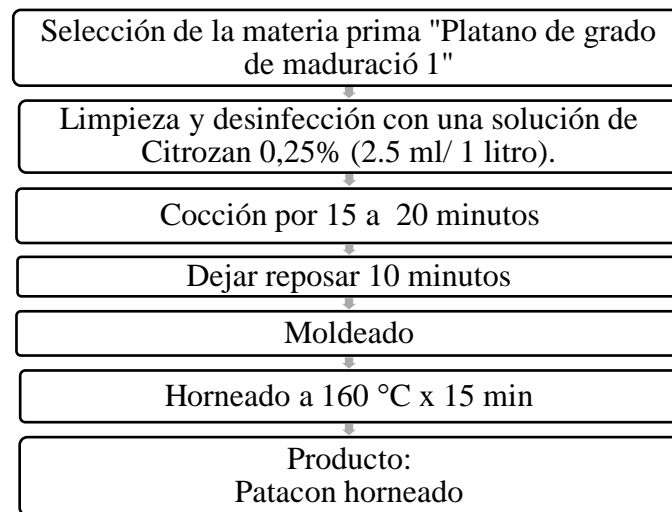
##### **Procesamiento de lácteos**

Se posee con dos presentaciones lácteas del queso, mozzarella y cuajado, ambas se encuentran refrigeradas entre 2-5 °C, la primera solo se corta una porción de ancho de no máximo a 1 cm, y se pone encima de la hamburguesa animal o vegetariana, esta se calienta en el proceso de calentamiento del plato en el horno, la segunda es rallada en el plato aproximadamente 30 g queso y se realiza el mismo proceso anterior.

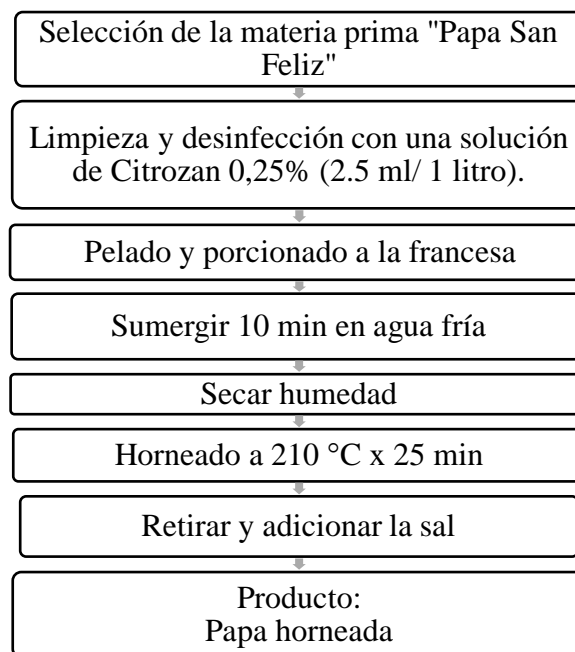
#### **7.2.2.9. Proceso de elaboración de acompañantes**

El proceso de elaboración de los acompañantes es un proceso sencillo, la papa horneada solo cuenta con las etapas de limpieza y desinfección, pelado, moldeado y horneado; para el proceso del patacón este difiere solo en la etapa de cocción, y los tiempos de horneado.

**Figura 45.** Flujo de proceso de acompañante plátano horneado.



**Figura 46.** Flujo de proceso de acompañante papa horneado.

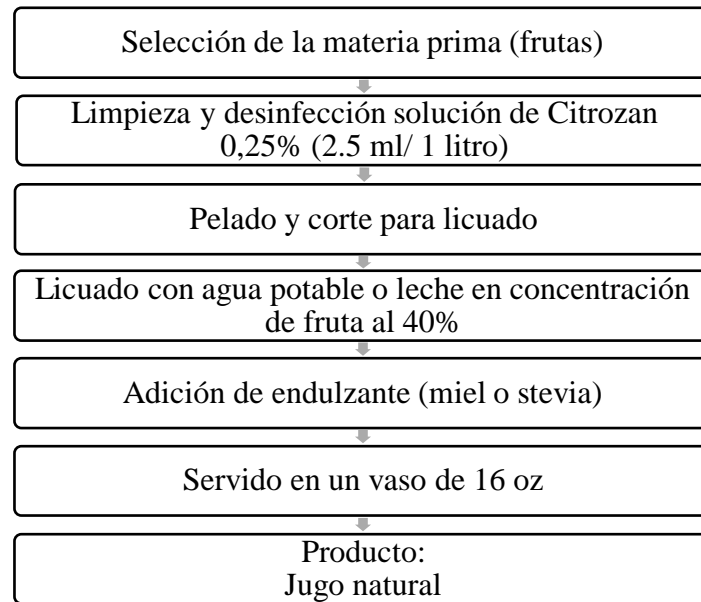


#### **7.2.2.10. Proceso de elaboración de bebidas**

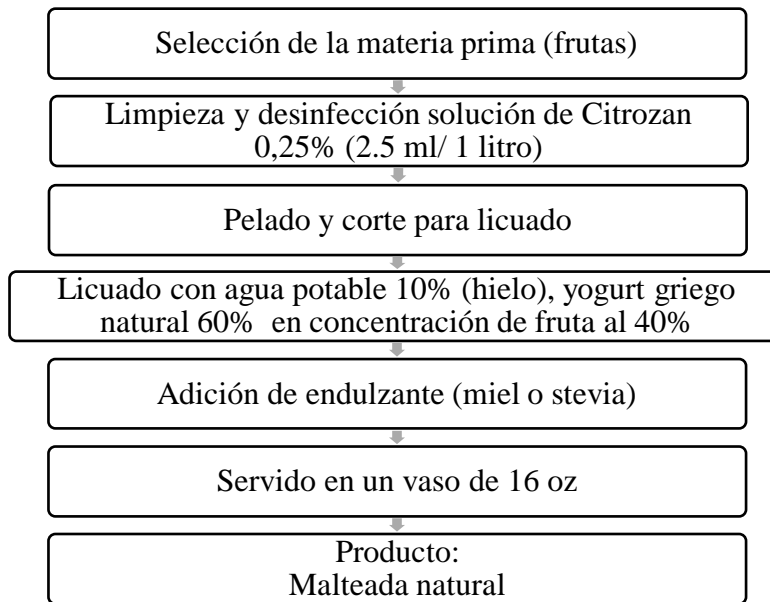
El proceso de elaboración de bebidas consiste en elaborar jugos naturales, smoothies naturales, extractos naturales, malteadas natural y limonadas naturales. Para la elaboración jugos y malteadas naturales el flujo de proceso es similar, ya que se utilizan las mismas materias primas de fruta previamente limpiadas y desinfectadas, se realiza pelado y corte de frutas y se procede

ingresar en la licuadora ya se con agua para el jugo o con yogurt natural para la malteada, para el jugo se adiciona el 40% por vaso de 16 oz (473,18 ml), es decir, 190 g de fruta y el resto agua o leche y endulzante si el cliente lo elige; para la malteada se utiliza 30% de fruta (142 g), 10% de hielo (agua potable) y 60% yogurt griego natural y endulzante si el cliente lo desea.

**Figura 47.** Flujo de proceso de jugo natural.

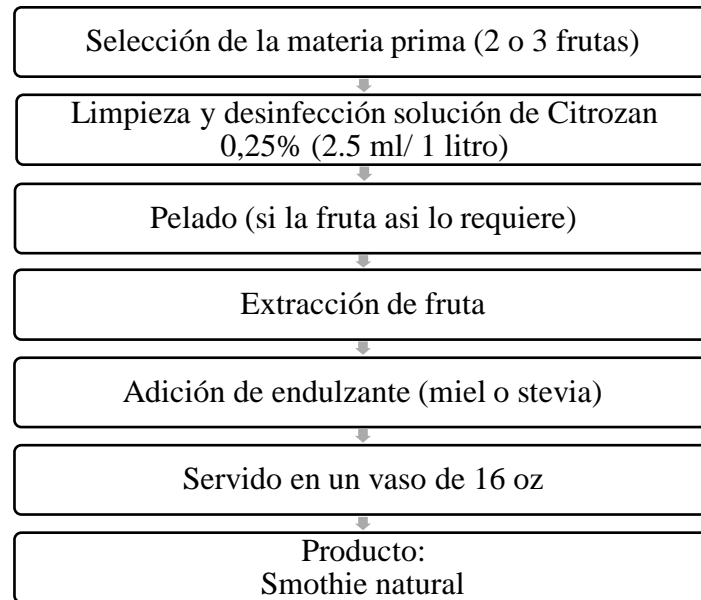


**Figura 48.** Flujo de proceso de malteada natural.

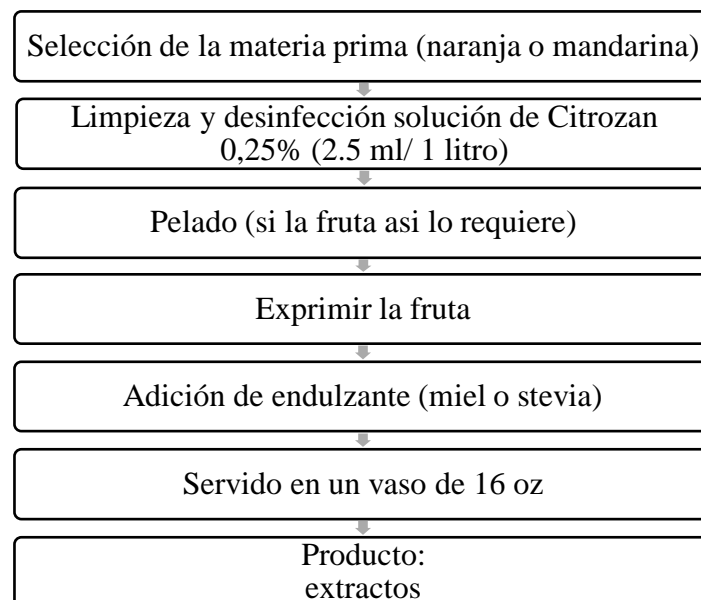


Para la elaboración de smothies se utiliza el extractor de frutas, donde se adiciona 2 o 3 frutas de preferencia del cliente, sin adición de agua y adición de endulzante solo si el cliente lo desea. Por otro lado, para los extractos de naranja o mandarina se utiliza un exprimidor para hacer llenar un vaso de 16 oz; los dos anteriores, son de concentración 100% fruta natural.

**Figura 49.** Flujo de proceso de smothie natural.

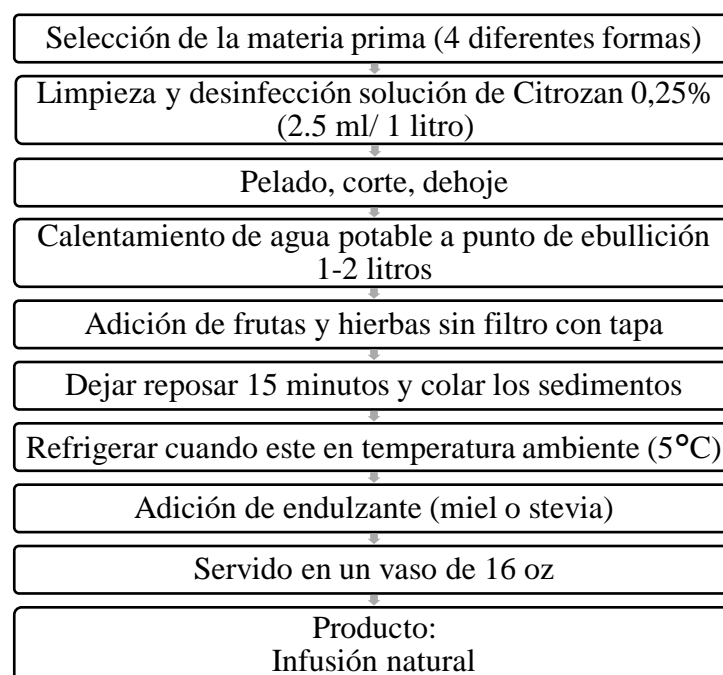


**Figura 50.** Flujo de proceso extractos naturales.



Para los productos anteriores, todos se elaboran en el momento y no se tiene refrigerado a excepción de los jugos, ya que, al no llevar adiciones de conservantes ni aditivos adicionales, su vida de anaquel es corta; mientras que las infusiones al someterse a calentamiento y luego a enfriamiento si pueden preservarse en refrigeración, en estas se utilizan 4 recetas diferentes, donde cada una de ellas se elaborará de la siguiente forma.

**Figura 51.** Flujo de proceso infusión natural.



### 7.2.3. Diseño de carta (menú)

El menú del restaurante “Shanti” está compuesto por dos platos principales, plato de hamburguesa de proteína animal y el plato de la hamburguesa de proteína vegetal, respectivamente cada uno de ellos cuesta \$25.500 y \$22.500 pesos colombianos, este plato consiste en una hamburguesa de proteína animal o vegetal, un pan artesanal, 3 toppings (fresco, procesado y lácteo), dos tipos de salsas de la casa, un acompañante y una bebida; los insumos para la elaboración son seleccionados por el cliente de acuerdo a su deseo o necesidad.

Las hamburguesas animales son de carne de res, cerdo, pollo, conejo, chorizo santarosano y las hamburguesas vegetales son de lenteja, quinoa, vegetales y garbanzos, por otra parte los panes



artesanales son multicereal de (chía, trigo, avena), integral, árabe, avena y centeno; los toppings son frescos como la lechuga, el tomate y la zanahoria rallada, los procesados como los maicitos y la cebolla caramelizada y los lácteos son el queso mozzarella y cuajado; y finalmente están las salsas de tropical, mayonesa, criolla, BBQ, guacamole, maracu-yeah, tahine y yogurt y la frutal. Los acompañantes son papas o patacones horneados.

Así mismo, las bebidas son jugos en agua o leche, smothies, mateadas, extractos e infusiones.

Figura 52. Menú del restaurante.



# Shanti

COMIDA RÁPIDA SALUDABLE

PROTEÍNA ANIMAL | VEGETAL

Carne de Conejo	Carne de Lentejas
Carne de Cerdo	Carne de Vegetales
Carne de Res	Carne de Quinoa
Carne de Pollo	Carne de Garbanzos
Chorizo Santarrosano	

200 G C/U

PAN ARTESANAL

- Pan Multicereal
- Pan Árabe
- Pan Integral
- Pan de Centeno
- Pan de Avena

HAMBURGUESA ANIMAL \$25.500  
HAMBURGUESA VEGETAL \$22.500





# Shanti

COMIDA RÁPIDA SALUDABLE

TOPPINGS (X3)

FRESCO	PROCESADO	LÁCTEO
-Rodajas de Tomate	-Maicitos	-Queso Cuajada
-Lechuga Iceberg	-Cebolla	-Queso Mozzarella
-Zanahoria Rallada	-Caramelizada	

SALSAS (X2 DE 50 G)

**Tropical** (Mango, pimentón, ajo, semillas de chía, miel, vinagre blanco, sal marina)

**Mayonesa** (Aceite vegetal, huevo, mostaza, limón, sal marina)

**Criolla** (Tomate, cebolla, ajo, sal marina, aceite vegetal)

**BBQ** (Tomate, cebolla, pimienta, vinagre blanco, miel, sal marina, aceite vegetal)

**Guacamole** (Aguacate, cebolla de huevo, diente, aceite de oliva, limón, sal)

**Maracu-yeah** (Maracuyá, ajo, vinagre, miel, s. marina)

**Tahine y Yogurt** (Ajonjolí, yogurt natural, limón, aceite de oliva, miel, sal marina, pimienta y hierbas aromáticas)

**Frutal** (Piña, stevia)





#### 7.2.4. Definición de los espacios y áreas requeridas

En un predio de 2500 metros cuadrados se emplaza el restaurante como se ve en el plano, a continuación se describe cada una de las áreas de operación del restaurante:

**Figura 53.** Plano del restaurante “Shanti”.



**Bodega de despensa:** Esta zona estará almacenado todos los insumos y materias primas que no requieren refrigeración, se caracteriza por un ambiente fresco cercano al área de preparación de alimentos, equipada de estantería en acero inoxidable, donde los productos serán organizados de acuerdo a su tipo, grado de madurez. En su construcción se tuvo en cuenta la colocación de un ventilador para permitir el flujo de aire y el aislamiento de insectos.

**Cuarto frío:** En esta área se almacenarán los insumos y materias primas que requieren refrigeración, está separada por 4 cuartos donde se distribuye las proteínas vegetales y animales

evitando la contaminación cruzada, todos ellos con compartimientos cerrados que no deben sobrepasar los 4 o 5 °C. Dentro de la refrigeración se encuentra almacenados los quesos, las frutas maduras, las pulpas de frutas, entre otros a una temperatura máxima de 5 °C.

**Cocina de producción:** Posee un área de 42.34 metros cuadrados donde se realiza la producción, la cual cuenta con 1 estufa multifuncional, 1 plancha, 1 horno, 3 lavaplatos, 3 mesas para manufactura y 1 extractor de humo y olores. Está área esta iluminada y ventilada naturalmente por 3 ventanas que dan al exterior. Se maneja un concepto de cocina abierta que le genere al cliente mayor confiabilidad al poder observar las buenas prácticas de manufactura y asepsia de la zona de producción.

**Mesas de comedor:** En esta área 151.1 metros cuadrados, se contará con 10 mesas (1.2 metros cuadrados) cuadradas con capacidad de cuatro personas, esta área se caracteriza por estar al interior del establecimiento donde el cliente podrá disfrutar del ambiente acogedor mientras ingiere sus alimentos.

**Mesas de terraza:** En esta área de 59.4 metros cuadrados, se contará con 6 mesas (1.2 metros cuadrados) cuadradas con capacidad de cuatro personas, esta zona se caracteriza por estar en el exterior bajo techo, donde le cliente podrá disfrutar del ambiente natural y el espacio abierto que permitirá disfrutar del paisaje mientras ingiere sus alimentos.

**Área de servicio y de pago:** Está ubicada del total de desarrollo del servicio, en esta área se encuentra la caja registradora donde se recibirá el pago, dotada con los equipos correspondientes como el datafono y teléfono de recepción para atención al cliente para domicilio.

**Bodega de envases:** Área de almacenamiento de agua potable en envase de presentación personal y porrón para suministro interno.

**Cuarto de residuos sólidos:** En esta área se cuenta con un punto ecológico de 4 recipientes de basura de 121 litros en los cuales se clasificarán en reciclable plástico y reciclable cartón y papel, ordinarios y orgánicos.

**Vestier de empleados:** Está dotada con 9 lockers para almacenamiento de pertenencias de los elementos personales de los empleados, cuenta con una unidad sanitaria compuesta por un sanitario, un lavamanos y fuera de él se encuentra el área de desinfección para manos y pies.

**Baños:** Esta área cuenta con dos unidades sanitarias, una para hombres y una para mujeres, al exterior de las unidades se cuenta con un lavamanos de uso mixto.

**Área de juegos:** Está área cuenta con un espacio de recreación de 48 metros cuadrados donde se localiza un multi-juego infantil en madera.

**Parqueadero:** Cuenta con un área de 450 metros cuadrados aproximadamente, con una capacidad para 22 vehículos.

#### 7.2.5. Maquinaria, equipo y tecnología

Para el desarrollo del restaurante *Shanti* es fundamental contar con todos los equipos y utensilios necesarios para la elaboración de los distintos platos. A continuación, se relacionan cada uno de los equipos.

**Tabla 14.** Maquinaria, equipo y tecnología.

<b>Modelo</b>	Estufa múltiple master
<b>Marca</b>	
Coriat	
<b>Descripción física</b>	
Multifuncional estufa, gratinador, plancha, parrilla y horno a gas	
<b>Especificaciones</b>	
Altura: 0.96 m; Frente:1.71 m; Ancho: 1.81 m	
<b>Precio</b>	\$ 4.057.131,56 pesos colombianos




<b>Modelo</b>	CH-4 PETIT
<b>Marca</b>	
Coriat	
<b>Descripción física</b>	
Plancha de 4 quemadores tubulares en acero inoxidable a gas.	
<b>Especificaciones</b>	
Placa de ¾ pulgadas de espesor, área útil frente: 1.16 m por fondo: 0.3444 m.	
<b>Precio</b>	\$ 1.819.978,04 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	HC-35-C
<b>Marca</b>	
Coriat	
<b>Descripción física</b>	
Horno a gas, con capacidad de un área de 0.75 metros cuadrados repartidos en 5 parrillas niqueladas, control digital de temperatura de 50-300 °C, puerta de cristal, luz interior.	
<b>Especificaciones</b>	
Frente: 0.54 m, Fondo: 4.4 m, Alto: 0.56 m,	
<b>Precio</b>	\$ 5.899.101.27 pesos colombianos


<b>Modelo</b>	ICH-22R
<b>Marca</b>	
Indufrial	
<b>Descripción física</b>	
Congelador horizontal industrial	
<b>Especificaciones</b>	
Capacidad 623 litros, temperatura de funcionamiento de -5 a -23 °cC, gabinetes en acero galvanizado, rodachines de desplazamiento, tamaño de 93*70*180 cm, peso de 40 kg.	
<b>Precio</b>	\$ 3.874.900 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	Xpert Series BLSTVB-P00
<b>Marca</b>	
Oster	
<b>Descripción física</b>	
Licuada industrial	
<b>Especificaciones</b>	
Motor con tecnología reversible, potencial máximo de dos caballos de fuerza, vaso de vidrio tritan, con 2 funciones automáticas para granizados y procesamiento de alimentos, 3 velocidades, 2 pulsos y 2 programas automáticos, 110 voltios.	
<b>Precio</b>	\$ 670.900 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	Arezzo
<b>Marca</b>	
Haceb	
<b>Descripción física</b>	
Nevera 219 litros	
<b>Especificaciones</b>	
Con escarcha, dispensador de agua de 3 litros, luz led, bandeja antiderrame, antivuelco para botellas grandes	
<b>Precio</b>	\$ 759.900 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	KSM95
<b>Marca</b>	
KitchenAid	
<b>Descripción física</b>	
Mezcladora de 4.3 litros	
<b>Especificaciones</b>	
Elaborada en acero inoxidable, 10 velocidades, capacidad de 4,3 litros, batidor plano, largo 17", ancho 12" y alto 16".	
<b>Precio</b>	\$ 1.982.990 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	T3i
<b>Marca</b>	
Oster	
<b>Descripción física</b>	
Extractor de jugos centrifuga	
<b>Especificaciones</b>	
Dos velocidades ajustables, brazo de seguridad de acero inoxidable, envase para la pulpa con capacidad para 1.25 litros,	
<b>Precio</b>	\$ 734.200 pesos colombianos


<b>Modelo</b>	2499013
<b>Marca</b>	
Oster	
<b>Descripción física</b>	
Batidora de mano	
<b>Especificaciones</b>	
Batidor de mano de 5 velocidades de 240 vatios de poder, medidas 21 cm x 20 cm x 10 cm, entrega 240 vatios. Diseño ergonómico, cuenta con juego de batidores cromados y juego de amasadores.	
<b>Precio</b>	\$ 80.000 pesos colombianos


<b>Modelo</b>	Cilindradora para panadería
<b>Marca</b>	
Exhibir equipos	
<b>Descripción física</b>	
Cilindradora de masa de 12 libras	
<b>Especificaciones</b>	
Cilindradora con tolva y mesa en acero inoxidable; motor de 2 caballos, voltaje de 110 v, capacidad de 12 libras, motor EXH de 2Hp.	
<b>Precio</b>	\$ 1.309.000 pesos colombianos



<b>Modelo</b>	SKU PR534EL0TIC10LCO
<b>Marca</b>	
Premier	
<b>Descripción física</b>	
Molino para carne	
<b>Especificaciones</b>	
Capacidad de Operación de 90Kg/Hora, 3 placas en acero Inoxidable, orificio fino de 3 mm, mediano de 4 mm y tamaño grueso. Cuchilla de estrella en acero inoxidable. Potencia de 150 Vatios Dimensiones: 41.7 x 17.5 x 35.5 cm Máxima potencia bloqueada de 1300 Vatios	
<b>Precio</b>	\$ 330.000 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	Mesa línea óptima
<b>Marca</b>	
Pallomaro	
<b>Descripción física</b>	
3 mesas en acero inoxidable	
<b>Especificaciones</b>	
Fabricadas en acero inoxidable tipo 201 acabado 4N calibre 24. Presenta salpicadero, carter frontal de bordes rectos sin antideslizante. Entrepaño desarmable en acero inoxidable, refuerzo longitudinal y transversal en la parte inferior de la cubierta y el entrepaño. Patas en tubería de acero inoxidable de 1 5/8 pulgadas con base niveladoras en el mismo material. Dimensiones: Largo 1.70 m, ancho 0.60 m y altura 0.90 mts.	
<b>Precio</b>	\$ 1.253.360 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	Extractor de humo y olores
<b>Marca</b>	
Inoxiplus	
<b>Descripción física</b>	
Campana industrial	
<b>Especificaciones</b>	
Fabricadas en acero inoxidable, medidas 260 x 110 x 45. Fabricada en calibre 20. Caudal de 3000 m³/hora, potencia 420 W. Estructura mono bloque de acero inoxidable AISI 304 acabado Scotch Brite. Filtro de lamas antigrasas de acero inoxidable AISI 30.	
<b>Precio</b>	\$ 450.000 pesos colombianos

<b>Modelo</b>	Caja registradora computarizada
<b>Marca</b>	
PosDonPedro	
<b>Descripción física</b>	
Computador con caja registradora y software	
<b>Especificaciones</b>	
Software Original DonPedro. PC Escritorio 4GB RAM, Disco de 1 Terabyte, impresora térmica 58 mm, cajón monedero metálico, y regulador de voltaje. Módulo de conexión informes celular.	
<b>Precio</b>	\$ 2.290.000 pesos colombianos

#### 7.2.6. Elementos, materiales y utensilios

A continuación, se describen todos los elementos, materiales y utensilios necesarios para la adecuada operación del restaurante, realizando la mejor selección en cuanto a calidad, resistencia a altas temperaturas, durabilidad, materiales adecuados que no contaminen los alimentos. Algunos de los utensilios cuentan con dobles funciones para alimentos fríos y calientes; elaborados en diversos materiales como el aluminio, acero inoxidable, aluminio con recubrimiento antiadherente, plástico, loza y porcelana.

**Tabla 15.** Elementos, materiales y utensilios.

Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Valor total
Batería de cuatro ollas en acero inoxidable	\$299.900	1	\$299.900
Gramera digital de cocina	\$40.900	1	\$40.900
Jarra Acapulco Pitcher	\$23.100	16	\$369.600
Vaso cervecero vintage de 16 onzas	\$3.570	64	\$228.480
Bowl en acero inoxidable	\$17.900	3	\$53.700
Colador en acero inoxidable	\$13.900	2	\$27.800
Espátula de silicona	\$10.300	3	\$30.900
Porcionador de onzas para servir salsas	\$8.200	6	\$49.200
Recipientes multiusos	\$7.900	6	\$47.400
Rallador	\$22.400	1	\$22.400
Tabla profesional	\$50.000	3	\$150.000
Cuchillos profesionales	\$53.000	3	\$159.000
Bandejas grandes	\$11.900	6	\$71.400
Dispensador de servilletas	\$16.500	16	\$264.000
Cremera americana	\$4.500	48	\$216.000
Plato cuadrado	\$11.100	64	\$710.400
Goma en silicona para coger recipientes calientes	\$15.900	3	\$47.700
Juego de cubiertos X4 en acero inoxidable	\$29.900	16	\$478.400

## Muebles y enceres

El restaurante estará dotado con 16 mesas de 4 puestos, elaboradas en madera de pino envejecido sellado y lacado, estas características generaran en el espacio un ambiente cálido y acogedor. Los 16 juegos de mesas tienen un costo de \$2.640.000 pesos colombianos.

**Figura 54.** Muebles del restaurante.



### 7.2.7. Disposición final

*Shanti* cuenta con un cuarto de residuos para el depósito temporal, provisto de 4 canecas identificadas con el código de colores según la norma Técnica Colombiana GTC-24 de ICONTEC, con el fin de realizar la correcta clasificación y almacenamiento de los residuos generados en el restaurante. Se hará uso de la caneca gris para papel y cartón, azul para la disposición de envases y bolsas plásticas, crema para los residuos orgánicos y verde para ordinarios como se muestra en la imagen.

**Figura 55.** Canecas con identificación decolores.



Los residuos de alimentos generados en la recepción de alimentos se depositan en bolsas negras una vez de llenado se traslada al cuarto de almacenamiento en la caneca que corresponde, de igual forma que los residuos ordinarios y reciclables.

Es responsabilidad de todo el personal realizar la correcta disposición de los residuos teniendo en cuenta lo siguiente:

- Depositar los residuos generados en los diferentes recipientes según la clase de residuo.
- Evitar comprimir las bolsas para no generar grietas.
- Las canecas deben estar debidamente tapadas.
- Lavar y desinfectar bien las manos cada vez que se transporte y manipule basuras.
- Cada vez que se realice entrega de los residuos lavar y desinfectar las canecas de basuras y el cuarto de almacenamiento.
- Evitar la acumulación y rebose de los residuos generados.

Está área contará con un espacio pequeño para el almacenamiento de residuos peligrosos debidamente clasificados y rotulados según su peligrosidad, los residuos generados en el restaurante con estas características son las pilas, luminarias, aparatos eléctricos y electrónicos.

### **7.3. Análisis Administrativo**

#### **7.3.1. Misión**

Ofrecer comida rápida saludable para el cuerpo y el alma con la materia prima más sana y ecológicamente posible, con calidad garantizada de los productos y buena atención en nuestro servicio.

La marca del restaurante de comida rápida saludable “*Shanti*” busca eliminar paradigmas de que comer comida saludable es aburrido e insípido o que comer comida rápida no es saludable, se reinventa la manera de comer con nuestra familia y amigos, mientras apoyamos a los mercados campesinos, agroecológicos y locales o nacionales.

#### **7.3.2. Visión**

Ser uno de los restaurantes más influenciadores en la buena y adecuada alimentación para el año 2023 de los clientes locales, nacionales y extranjeros (turistas), llegando a ser considerado uno de los restaurantes del sector turístico de Santa Rosa de Cabal con mayor flujo de visitantes, manteniendo siempre la buena atención y calidad de los productos y los servicios, con sostenibilidad ambiental, ecológica y alimenticia, buscando el cambio consciente de hábito de consumo en cada uno de nuestros clientes.

#### **7.3.3. Objetivos organizacionales**

- Ofrecer la mejor comida rápida saludable.
- Garantizar presentación y salubridad en el servicio de gastronomía.

- Satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes.
- Garantizar buen servicio mediante una contratación y capacitación de personal idónea, con buen ambiente laboral.
- Apoyar a los mercados agroecológicos, orgánicos y pequeños productores de alimentos a nivel local y regional mediante alianzas.
- Cumplir todos los requisitos legales aplicables al funcionamiento del restaurante.
- Lograr la sostenibilidad económica, cultural y ambiental.

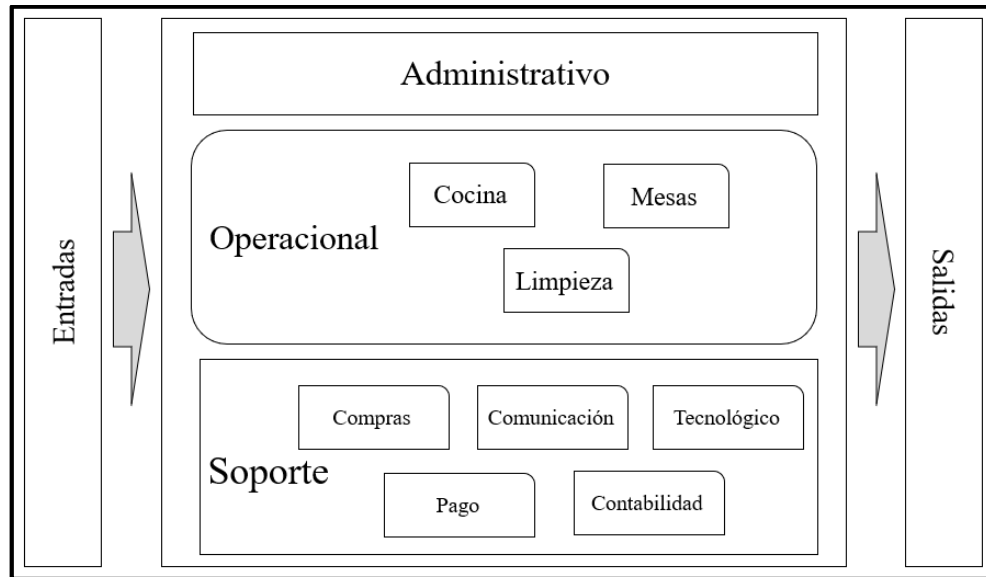
#### **7.3.4. Valores de la organización**

- *Responsabilidad:* Cumplimiento integral de la función del empleado dentro de la organización.
- *Conciencia:* Conocimiento y entendimiento de cada una de sus labores y de los procesos del restaurante y como se relacionan estas con la satisfacción del cliente.
- *Respeto:* Hacia todas las manifestaciones de vida presentes en el servicio como la comida, los clientes, sus compañeros, las mascotas u otras.
- *Proactividad:* Actuar cuando se deba, como se deba y con quien se deba, sin esperar ordenes o las propias funciones de su cargo.
- *Aprendizaje:* Al estar en contacto permanente con los clientes deberá comprender que su capacitación ayudará a la buena atención y retroalimentación constante con los clientes.
- *Creatividad:* Deberá ser recursivo en cada de las actividades realizadas dentro del funcionamiento del restaurante, considerando el aprendizaje como punto de partida para actuar.

### 7.3.5. Estructura orgánica

De acuerdo a la teoría de Mintzberg (2005) nombrada por Hurtado y Salamea (2012), las cinco partes fundamentales del restaurante en base a la siguiente figura y se describen a continuación:

**Figura 56.** Esquema organizacional.



#### Entradas y Salidas

Son los elementos necesarios para el funcionamiento integral del restaurante como lo son los proveedores de materiales, alimentos, insumos, herramientas, maquinaria, otros; los aliados son aquellos proveedores con los que se generan alianzas de productos o servicios, donde ambas organizaciones se enriquecen en algo material o un intangible; inversionistas o prestamistas son los necesarios para el inicio del sostenimiento económico del negocio como los bancos; los socios son aquellos inversionistas que poseen una porción del negocio pero que no ejecutan ninguna actividad dentro de ella; además de ello, también se encuentran los clientes internos y externos al negocio; todos ellos garantizan la sostenibilidad básica del negocio, tanto inicial como durante el tiempo de funcionamiento del restaurante.

#### Proceso de Administración

Es el proceso donde se enmarca la dirección del negocio, dentro de este proceso se encontrará un personal administrativo que gestionará y desarrollará todas las actividades necesarias para

garantizar el funcionamiento y sostenibilidad del restaurante a mediano y largo plazo, sus decisiones estarán sustentadas en el proceso operacional y de soporte con una relación estrecha y continua. Adicional, también se encarga de la relación directa con los proveedores.

### **Proceso Operacional**

Este proceso es la vida misma del negocio ya que allí se encuentran todas las actividades necesarias para el funcionamiento y desarrollo del restaurante, dentro del proceso operacional se encuentran 3 subprocesos que consisten en:

*Cocina:* En este subproceso se remite las órdenes y la elaboración de los platos de acuerdo a los deseos y necesidades de los clientes, garantizando su elaboración con la mejor calidad de los productos frescos y sanos, en este proceso se encuentran el chef y los auxiliares de cocina, el aseo de la cocina depende directamente de los que laboran dentro de ella.

*Mesas:* En este subproceso se realiza la atención de asistencia personalizada con los clientes desde su llegada hasta la salida, con la atención de las ordenes, la guía de la carta, entre otros requerimientos de los clientes, estos son el puente directo de la elaboración adecuada de los platos según los deseos y necesidades de ellos. Aquí se encuentran los meseros.

*Limpieza:* Este proceso consiste en mantener aseado y desinfectado todas las áreas del restaurante incluyendo los baños con excepción de la cocina, su actividad se realiza antes, durante y después del funcionamiento del restaurante. Aquí se encuentran los meseros.

### **Proceso de Soporte (Apoyo)**

Este proceso está indirectamente relacionado con el proceso operacional, sin embargo, sin este soporte el restaurante no podría funcionar, ya que aquí se encuentran cinco procesos relevantes como:

*Compras:* El cargo de este subproceso se encarga el administrador, y aquí se garantiza que el restaurante posee los requerimientos necesarios para el funcionamiento como insumos, materias primas, materiales, herramientas y otros, gestionando adecuadamente cada una de ellas sin generar pérdidas.

*Pago:* Aquí se desarrollará la actividad de recaudo de ingresos por parte de los clientes una vez hayan consumido sus alimentos, aquí se encuentra el cargo para atender el cajero con la adición



de atención al servicio de domicilio, por ello esta persona también podrá actuar como mesero porque conoce y está capacitado para realizar la asistencia personalizada de la carta.

*Comunicación:* Aquí se realizan todas las actividades de relación con los clientes tanto en redes como presencial, este cargo será responsable del manejo de redes sociales, de generar contenidos publicitarios, de generar las estrategias necesarias para en un inicio dar a conocer el restaurante y luego, dar acreditación.

*Contabilidad:* En este subproceso se llevarán a cabo todas las actividades frente a los estados financieros del negocio, con ello se podrán tomar decisiones certeras y apropiadas, aquí se encuentra el contador.

*Tecnológico:* Este subproceso lleva acabo la gestión de la infraestructura tecnológica del restaurante en todos los procesos, por ello de ella participan todos los cargos y sus funciones.

### **7.3.6. Definición y descripción de funciones**

A continuación, se describen los cargos, cantidad de empleados y funciones de cada uno de ellos.

- **Administrador**

Es el perfil encargado de llevar un correcto desarrollo de las actividades operativas del restaurante, gestionar cada una de ellas y dar respuesta oportuna a cualquier eventualidad no prevista, deberá poseer objetividad y responsabilidad con los recursos del negocio.

*Perfil profesional:* Técnico o profesional en administrador de empresas, con conocimientos básico en cocina.

*Años de experiencia:* 3 años de experiencia en administración de restaurantes.

*Edad y sexo del aspirante:* Mujer o hombre entre 25 y 48 años de edad.

*Personal a cargo:* Siente (7) a 11.

*Cantidad a contratar:* Uno (1).

*Tipo de contrato:* Tiempo completo, contrato a un año (mínimo) con todas las prestaciones sociales.

*Funciones:*

- Dirigir todas las actividades del restaurante.
- Gestionar los recursos económicos, humanos, tecnológicos y ambientales con certeza.
- Plantear y controlar cada una de las actividades del restaurante con los demás cargos.
- Representar la marca del restaurante en cada evento externo al restaurante.
- Manejo de personal, proveedores, aliados, etc.
- Conocer y analizar los estados financieros junto al contador para la toma de decisiones.
- Presentar informes de estados financieros y operacionales a los socios.

- **Contador**

Es la persona encargada de llevar los estados financieros junto con el administrador del negocio.

*Perfil profesional:* Profesional en contaduría.

*Años de experiencia:* 5 años de experiencia con contaduría para restaurantes.

*Edad y sexo del aspirante:* Mujer o hombre entre 23 y 48 años de edad.

*Personal a cargo:* Ninguno.

*Cantidad a contratar:* Uno (1).

*Tipo de contrato:* Medio tiempo, contrato por seis meses (mínimo) con todas las prestaciones sociales.

*Funciones:*

- Realizar los estados financieros del negocio.
- Presentar informes de los estados financieros.
- Apoyo para la toma de decisiones.
- Gestionar las finanzas del restaurante junto al administrador.

- **Community Manager**

Es la persona encargada de manejo de redes sociales y de la interacción con ellas, deberá conocer muy bien el negocio para poder publicitarlo.

*Perfil profesional:* Bachiller o técnico que haya realizado cursos de manejo de redes sociales, que sepa realizar pautas publicitarias.

*Años de experiencia:* 2 años de experiencia en manejo de redes sociales para organizaciones.

*Edad y sexo del aspirante:* Mujer o hombre entre 20 y 38 años de edad.

*Personal a cargo:* Ninguno.

*Cantidad a contratar:* Uno (1).

*Tipo de contrato:* Medio tiempo, contrato a 6 meses (mínimo) con todas las prestaciones sociales.

*Funciones:*

- Gestión y manejo de redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp.
- Interacción con los usuarios y seguidores de las redes sociales.
- Planificación y ejecución de la parrilla de medios.
- Manejo responsable de las redes sociales, comunicación asertiva y respetuosa.

- **Chef**

Es el perfil encargado de planificar cada una de las actividades realizadas en la cocina, de él depende la calidad, la salubridad y la buena atención que se le quieren brindar a los clientes para satisfacer sus necesidades y deseos.

*Perfil profesional:* Profesional en cocina, con conocimientos en cocina vegetariana o saludable.

*Años de experiencia:* 3 años de experiencia manejo de cocinas.

*Edad y sexo del aspirante:* Mujer o hombre entre 25 y 48 años de edad.

*Personal a cargo:* Dos (2) Auxiliares de cocina.

*Cantidad a contratar:* Uno (1).

*Tipo de contrato:* Tiempo completo, contrato a un año (mínimo) con todas las prestaciones sociales.

*Funciones:*

- Conocer, elaborar y dirigir los platos con calidad y salubridad adecuada.
- Controlar el manejo en cocina, el espacio, los utensilios.
- Coordinar el equipo de cocina para un adecuado desarrollo en ella.
- Gestionar y supervisar la limpieza e higiene de la cocina y de los auxiliares.
- Conocer y gestionar el stock de alimentos, materiales, equipos de cocina junto con el administrador del restaurante.
- Supervisar cada inconformidad personalmente con los clientes.

- **Auxiliar de cocina**

Son las personas encargadas del apoyo en cocina para la adecuada elaboración de los platos frente a la calidad y a la higiene de la misma.

*Perfil profesional:* Técnico en cocina, con conocimientos básico en cocina vegetariana o similar.

*Años de experiencia:* 1 año de experiencia cocina.

*Edad y sexo del aspirante:* Mujer o hombre entre 20 y 40 años de edad.

*Personal a cargo:* Ninguno.

*Cantidad a contratar:* Dos (2) en temporada baja, tres (3) temporada alta.

*Tipo de contrato:* Tiempo completo, contrato a un año (mínimo) con todas las prestaciones sociales.

*Funciones:*

- Conocer y apoyar la elaboración de los platos.
- Gestionar su buena higiene y limpieza la de la cocina.

- Desarrollar el alistamiento de las órdenes.
- Conocer el stock de los alimentos, materiales, utensilios, etc.
- Conocer el manejo de equipos de cocina.
- Recepción y organización de alimentos, materiales, utensilios, equipos, etc.
- Realizar cualquier otra actividad pedida por el chef de cocina.

- **Mesero**

Son las personas encargadas de atención personalizada con el cliente, estos deben conocer muy bien la idea de negocio y dar opinión certera pero objetiva del menú para dar gestión a una buena elaboración del plato y satisfacer las necesidades de comida y personales del cliente.

*Perfil profesional:* Técnico en atención al cliente, manejo bajo estrés.

*Años de experiencia:* 1 año de experiencia como mesero.

*Edad y sexo del aspirante:* Mujer o hombre entre 18 y 40 años de edad.

*Personal a cargo:* Ninguno.

*Cantidad a contratar:* Dos (2) en temporada baja, (4) cuatro en temporada alta.

*Tipo de contrato:* Tiempo completo, contrato por tres meses (mínimo) con todas las prestaciones sociales.

*Funciones:*

- Realizar atención personalizada con los clientes, hacerles sentir a gusto desde la entrada, hasta la salida.
- Conocer y saber interpretar muy bien el menú y asistir al cliente.
- Realizar aseo antes, durante y después de la operación del restaurante.
- Tener buena relación con el chef y los auxiliares de cocina para realizar las ordenes acertadamente.
- Realizar el cuidado del manejo de las mesas y sus materiales.

- Atender las peticiones, quejas y reclamos de los clientes.

- **Cajero**

Es la persona encargada de recaudar el dinero una vez haya consumido sus alimentos los clientes, esta persona deberá generar mucha confianza, deberá atender a los clientes para los domicilios, por eso deberá conocer el menú a la perfección.

*Perfil profesional:* Bachiller con experiencia en cajeros y atención al cliente.

*Años de experiencia:* 2 años de experiencia cajeros.

*Edad y sexo del aspirante:* Mujer o hombre entre 25 y 48 años de edad.

*Personal a cargo:* Ninguno.

*Cantidad a contratar:* Uno (1).

*Tipo de contrato:* Tiempo completo, contrato a un año (mínimo) con todas las prestaciones sociales.

*Funciones:*

- Administra la caja registradora adecuadamente.
- Conocer el menú y los precios a la perfección.
- Recepción de las llamadas para domicilios, atención asistencial.
- Responsabilizarse por el ingreso y egreso de la caja menor.
- Apoyo a la limpieza e higiene cuando lo amerite.
- Dar información diaria sobre los ingresos y egresos al administrador.

### **7.3.7. Selección y contratación**

El restaurante *Shanti* hará las convocatorias abiertas por sus medios de comunicación, en el cual los aspirante enviaran su hoja de vida al correo suscrito [administracion@shanti.com](mailto:administracion@shanti.com) y allí deberán esperar a que sean llamados para la debida entrevista dependiendo del cargo, se

preguntará por su hoja de vida, su vida laboral, profesional y personal, sus aspiraciones como persona y sus aspiraciones en el cargo, se averiguará pausadamente en cada experiencia referencial y se evaluará con ciertas actividades de simulación:

*Chef:* Conocimientos en cocina de materiales, manejo de instrumentos y equipos, conocimientos en cocina general y vegetariana, forma de guiar el personal, etc.

*Auxiliar de cocina:* Capacidad de escucha para elaboración de platos, conocimientos de equipos, materiales, conocimiento de cocina general y básica en vegetariana, etc.

*Mesero:* Atención al cliente, conocimientos en mesas, manejo de utensilios de comida, capacidad de comunicación asertiva, interacción continua y atención de necesidades, etc.

*Community manager:* Conocimiento de Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, manejo de programas para pautas publicitarias.

Para el cargo de administrador y contador, se evaluará muy bien su hoja de vida y se tendrá en cuenta las experiencias y el manejo de situaciones problemas con preguntas puntuales.

Otra información solicitada o realizada para la selección será:

- Información de jefes inmediatos anteriores o no, a quienes se preguntará por la forma de ser el empleado con su jefe, sus compañeros y sus clientes, por su forma de trabajo, su responsabilidad, cumplimiento, su capacidad para responder ante la adversidad, entre otras cosas.

Una vez la persona sea escogida para el perfil, se le hará contrato de acuerdo a lo determinado en la descripción del cargo, se establecerá el salario y estará a prueba dependiendo del tiempo de la contratación, por tres meses contratado un mes de prueba y así sucesivamente como lo estipula la ley.

### **Dotación**

Cuando el perfil esté contratado se dará su respectiva dotación a los siguientes:

**Tabla 16.** Perfil o cargo y tipo de dotación.

Perfil o Cargo	Tipo de dotación
Administrador	2 camisas cafés tipo polo con el logo
Contador	No aplica
Community Manager	1 camisa café tipo polo con el logo
Chef	3 camisas cafés tipo polo con el logo, dos pantalones beige, 2 delantales de cocina con el logo, zapato blanco plástico cerrado, gorro, guantes, tapabocas.
Auxiliar de cocina	3 camisas cafés tipo polo con el logo, dos pantalones beige, 2 delantales de cocina con el logo, zapato blanco plástico cerrado, gorro, guantes, tapabocas.
Mesero	2 camisas cafés tipo polo con el logo, 1 delantal tipo cocina con estilo y logo

**Figura 57.** Dotación para los empleados.



#### **7.3.8. Orientación y entrenamiento**

Antes del inicio de la operación del del restaurante se hará una orientación sobre el plan de manejo del mismo, puntualizando en cada una de las actividades que debe realizar cada cargo, esta orientación se hará previamente con el administrador y luego esté orientará a todo su equipo de trabajo y entrenará a cada uno de ellos en sus debidos puestos; esta orientación y entrenamiento consiste en:



- Presentación de los socios del negocio, el sueño, los deseos y proyecciones sobre el negocio, el manejo del restaurante, el propósito del mismo, misión, visión, valores empresariales, etc.
- Conocimiento general del restaurante, cada uno de sus componentes, sus procesos, sus lugares, el menú, la forma de creación de menú, tipo de atención al cliente, etc.
- Qué esperan los socios sobre su equipo de trabajo.
- Presentación del administrador, sus funciones, sus responsabilidades, su lista de tareas diarias.
- Presentación por el administrador de cada uno de los cargos, sus funciones, responsabilidades, su lista de tareas diarias.

#### **7.3.9. Estímulos y evaluación de desempeño**

El administrador con todo su equipo de trabajo evaluará cada dos meses el desempeño de cada uno de los empleados y resaltarán aquellos que se destaquen por su buena atención con el cliente, su buen compañerismo y su capacidad para actuar proactivamente, este será el *empleado del mes* y será expuesto públicamente, esta persona obtendrá una cena para dos personas en el restaurante o medio día de descanso.

Al igual que esa evaluación, se hará una reunión quincenal con el equipo para poder discutir sobre mejoras del restaurante, opiniones, ideas, resolución de conflictos, entre otros, donde todos harán parte de la calidad y el buen ambiente laboral.

### **7.4. Análisis jurídico-legal-ambiental**

#### **7.4.1. Constitución de la organización**

La constitución del restaurante “*Shanti*” será una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S. y que posee las siguientes características:

- No exige número mínimo de accionistas y la responsabilidad depende del límite de monto sus aportes.
- Permite que pueda ser una organización unipersonal, en caso tal que se requiera.
- Los accionistas pueden ser personales naturales o jurídicas.
- Se constituye por documento privado el cual debe registrarse en Cámara y Comercio de Santa Rosa de Cabal.
- No se le obliga a tener una figura de revisión fiscal.
- Autonomía en la redacción del contrato social, en las cuales se puede definir las pautas de la relación jurídica.

#### **7.4.2 Requisitos Jurídicos**

Además de la constitución legal del restaurante, para funcionar como establecimiento de comercio y abrir legalmente al público deberá cumplir con los siguientes documentos y certificaciones que se describen a continuación:

- Escritura pública de constitución ante Notario y registrar en Cámara y Comercio.
- Registro único tributario RUT ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Allí mismo se solicita el Número de Identificación Tributaria (NIT), la DIAN asigna el NIT y lo incorpora en el certificado de existencia y representación legal.
- Registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal.
- Certificado de Sayco & Acinpro.
- Certificado de inspección de bomberos.
- Consulta de marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio
- Consulta del nombre en la Cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal.
- Certificado de manipulación de alimentos con el SENA a todo el personal de cocina.

### 7.4.3 Requisitos sanitarios

Los requisitos sanitarios serán de obligatorio cumplimiento tanto para el restaurante como para todos sus proveedores.

**Tabla 17.** Requisitos sanitarios.

Normatividad	Fecha de expedición	Entidad que regula	Artículos que aplican	Objeto
<i><b>Decreto 3075 por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979</b></i>	1997	<i>Ministerio de salud pública</i>	<i>Capítulo III. Personal manipulador de alimentos y certificado.</i>	Aplica para todas las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se relacionan a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas.
			<i>Capítulo VIII. Restaurantes y establecimientos gastronómicos.</i>  <i>Título III. Vigilancia y control. Capítulo I.</i> Registro sanitario, permiso sanitario y notificación sanitario.	
<i><b>Resolución 2674</b></i>	2013	<i>Ministerio de salud y protección social</i>	<i>Capítulo VIII. Restaurantes y establecimientos gastronómicos.</i>  <i>Título III. Vigilancia y control. Capítulo I.</i> Registro sanitario, permiso sanitario y notificación sanitaria.	Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir el restaurante en la actividad de fabricación, procesamiento, preparación, almacenamiento, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

<b><i>Decreto 1575</i></b>	2007	<i>Ministerio de salud y protección social</i>	Art.9.Responsabilidad de las personas prestadoras que suministran agua para consumo humano. Art.10. Responsabilidades de los usuarios.	Establece un sistema por medio del cual se promueve el control y cuidado de la calidad del agua que se utiliza para el consumo humano con el objetivo de prevenir enfermedades causadas por su consumo. A este decreto deben someterse todos los establecimientos y entidades que suministren o distribuyan esta materia prima sea o no tratada.
<b><i>Decreto 60</i></b>	2002	<i>Ministerio de salud y protección social</i>	Todo el decreto	Por el cual se promueve la aplicación del sistema de análisis de peligros y puntos de control crítico - HACCP en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación".
<b><i>Resolución 2905</i></b>	2007	<i>Ministerio de salud y protección social</i>	<i>Capítulo III.</i> Almacenamiento, expendio y transporte.	Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne y productos cárnicos comestibles de las especies bovina y bufalina destinados para el consumo humano y las disposiciones para su beneficio, desposte, almacenamiento, comercialización, expendio, transporte, importación o exportación.

#### 7.4.4 Requisitos Ambientales

**Tabla 18.** Requisitos ambientales.

Normatividad	Fecha de expedición	Entidad que regula	Artículos que aplica	Objeto
<i>Acuerdo Municipal Número 028 mediante el cual se adopta el plan básico de ordenamiento territorial del Municipio de Santa Rosa de Cabal</i>	<i>10 de Diciembre del 2000</i>	<i>Secretaría de planeación municipal</i>	<i>Artículo 105.</i> Intervención para el manejo de zonas suburbanas. Inciso 4, zona 4: vía a sector Termal de Arbeláez	Regula la aptitud del uso del suelo en el municipio de Santa Rosa de Cabal.
<i>Decreto 1541</i>	<i>26 de Julio de 1978</i>	<i>Ministerio de Agricultura</i>	<i>Capítulo II.</i> Preservación de las aguas  Control de vertimientos  <i>Artículo 211.</i> Se prohíbe verter, sin tratamiento, residuos sólidos, líquidos.  El grado de tratamiento para cada tipo de vertimiento dependerá de la destinación de los tramos o cuerpos de aguas.	Regula los vertimientos y tratamientos de los residuos sólidos, líquidos o gaseosos, que puedan contaminar las aguas, causar daño o poner en peligro la salud humana o el normal desarrollo de la flora o fauna, o impedir u obstaculizar su empleo para otros usos. Además, regula el grado de tratamiento para cada tipo de vertimiento dependerá de la destinación de los tramos o cuerpos de aguas, de los efectos para la salud y de las implicaciones ecológicas y económicas.
<i>Decreto 3930</i>	<i>25 de Octubre de 2010</i>	<i>Ministerio de Ambiente y desarrollo sostenible</i>	<i>Capítulo VI. De los vertimientos</i>  <i>Artículo 24.</i> Prohibiciones. No se admite vertimientos.	Todas las disposiciones relacionadas con los usos del recurso hídrico, el Ordenamiento del Recurso hídrico y los vertimientos al recurso hídrico, al suelo y a los alcantarillados.

			<p><i>Artículo 25. Actividades no permitidas.</i></p> <p><i>Artículo 28. Fijación de los parámetros y los límites máximos permisibles de los vertimientos a las aguas superficiales, marinas, a los sistemas de alcantarillado público y al suelo.</i></p> <p><i>Artículo 31. Soluciones individuales de saneamiento.</i></p> <p><i>Capítulo VII</i> Obtención de los permisos de vertimiento y planes de cumplimiento.</p>	
<b><i>Decreto 4741</i></b>	<i>30 de Diciembre de 2005</i>	<i>Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial</i>	<p><i>Capítulo II.</i> Clasificación, caracterización, identificación y presentación de los residuos o desechos peligrosos</p> <p><i>Capítulo III.</i> De las obligaciones y responsabilidades</p>	Regula la gestión integral de la generación de residuos o desechos peligrosos y el manejo de los residuos o desechos generados, con el fin de proteger la salud humana y el ambiente.
<b><i>Decreto 1713</i></b>	<i>7 de Agosto de 2002</i>	<i>Ministerio de ambiente, vivienda y</i>	<b><i>CAPITULO II</i></b>	Establece normas orientadas a reglamentar el servicio público de aseo en el marco de la gestión integral de los

	<i>desarrollo territorial</i>	Almacenamiento y presentación	residuos sólidos ordinarios, en materias referentes a sus componentes, niveles, clases, modalidades, calidad, y al régimen de las personas prestadoras del servicio y de los usuarios.
		<i>CAPITULO VII</i>	
		Sistema de aprovechamiento de residuos sólidos	

#### 7.4.5 Requisitos laborales

**Tabla 19.** Requisitos laborales.

Normatividad	Fecha de expedición	Entidad que regula	Artículos que aplica	Objeto
<i>Decreto Ley 2663, por el cual adopta el código sustantivo del trabajo.</i>	<i>5 de Agosto de 1950</i>	<i>Ministerio de trabajo</i>	<p>Título I. Contrato individual de trabajo</p> <p>Título II. Periodo de prueba y aprendizaje.</p> <p>Título IV. Reglamento de trabajo y mantenimiento del orden en el establecimiento.</p> <p>Título V. Salarios.</p> <p>Título VI. Jornada de trabajo.</p> <p>Título VII. Descansos obligatorios.</p> <p>Título VIII. Prestaciones patronales comunes.</p> <p>Título IX. Prestaciones patronales especiales.</p> <p>Título X. Normas protectoras de las prestaciones.</p> <p>Título XI. Higiene y seguridad en el trabajo.</p>	<p>Su objetivo primordial es lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.</p>

#### 7.4.6 Otros requisitos

**Tabla 20.** Otros requisitos.

Normatividad	Fecha de expedición	Entidad que regula	Artículos que aplican	Objeto
<b><i>Decreto 2395</i></b>	<b><i>2 de Diciembre de 1999</i></b>	<b><i>Ministerio de desarrollo económico</i></b>	<i>Artículo 2.</i> Establecimientos gastronómicos, bares o similares de interés turístico obligados a inscribirse en el registro nacional del turismo.	
			<i>Artículo 4.</i> Verificación del cumplimiento de la obligación de inscribirse en el registro nacional de turismo.	Inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico
			<i>Artículo 5.</i> Sanciones por la no inscripción de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares en el registro nacional de turismo.	
<b><i>Decreto 1538</i></b>	<b><i>Del 17 de Mayo de 2005</i></b>	<b><i>Ministerio de Ambiente y desarrollo territorial</i></b>	<i>Artículo 7.</i> Accesibilidad al espacio público	Regula el diseño, construcción, ampliación, modificación y en general, cualquier intervención y/o ocupación de vías públicas, mobiliario urbano y demás espacios de uso público.



			<p><i>Artículo 8.</i> Accesibilidad en las vías públicas.</p> <p><i>Artículo 11.</i> Reserva de estacionamientos accesibles en zonas de parqueo.</p>	<p>b) El diseño y ejecución de obras de construcción, ampliación, adecuación y modificación de edificios, establecimientos e instalaciones de propiedad pública o privada, abiertos y de uso al público.</p>
<p><b><i>Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica.</i></b></p> <p><b><i>Norma Técnica NTS-USNA Sectorial Colombiana 006</i></b></p>	<p>22 de Mayo de 2012</p>	<p>ICONTEC</p>	<p>Numeral 5. Requisitos para el cliente interno</p> <p>Numeral 6. Requisitos para el cliente externo</p>	<p>Establece los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica en áreas de servicio al cliente, áreas de producción y áreas de servicios generales.</p>

## 7.5. Análisis Financiero

Para definir la viabilidad de este plan de negocio es necesario realizar un estudio financiero que permita visualizar el comportamiento económico del mismo en el tiempo y poder determinar si es o no viable económicamente.

Partiendo del plan de producción y el análisis administrativo se ha determinado los costos requeridos para entrar en funcionamiento, determinando el valor del lote, del edificio, de los muebles y equipos y calculando un recurso para costos de funcionamiento de los primeros meses a partir de la apertura del restaurante hasta que este se estabilice.

En la Tabla 20 se plasma el Balance Inicial de este Plan de Negocio, planteando para este ejercicio una inversión de \$374.358.180,87, iniciando con \$150.000.000,00 en pasivos y con un patrimonio de \$224.358.180,87.

**Tabla 21.** Balance Inicial.

	<b>Activos</b>	<b>Pasivos</b>
Caja y Bancos	\$ 30.000.000,00	\$ 150.000.000,00
Cuentas por cobrar	\$ -	
Muebles y equipos	\$ 31.858.180,87	
Edificio	\$ 200.000.000,00	
Lote	\$ 112.500.000,00	
Patrimonio		\$ 224.358.180,87
	<b>\$ 374.358.180,87</b>	<b>\$ 374.358.180,87</b>

En la tabla 21 se establece las condiciones del crédito, con una tasa de interés anual del DTF del 4,57% más el 5% adicional, a un plazo de 10 años con un año de gracia. En la tabla 22 se plantea el flujo de caja de dicho crédito.

**Tabla 22.** Condiciones del crédito.

<b>Abonos constantes a capital e intereses sobre el saldo</b>	
Préstamo	\$ 150.000.000,00
DTF	4,57%
Puntos adicionales	5,00%
Plazo en años	10,00
Gracia en años	1,00

**Tabla 23.** Flujo de caja del crédito.

	<b>Saldo del crédito</b>	<b>Pago capital</b>	<b>Pago intereses</b>	<b>Cuota total</b>
<b>0</b>	\$ 150.000.000,00			
<b>1</b>	\$ 150.000.000,00	\$ -	\$ 14.355.000,00	\$ 14.355.000,00
<b>2</b>	\$ 133.333.333,33	\$ 16.666.666,67	\$ 14.355.000,00	\$ 31.021.666,67
<b>3</b>	\$ 116.666.666,67	\$ 16.666.666,67	\$ 12.760.000,00	\$ 29.426.666,67
<b>4</b>	\$ 100.000.000,00	\$ 16.666.666,67	\$ 11.165.000,00	\$ 27.831.666,67
<b>5</b>	\$ 83.333.333,33	\$ 16.666.666,67	\$ 9.570.000,00	\$ 26.236.666,67
<b>6</b>	\$ 66.666.666,67	\$ 16.666.666,67	\$ 7.975.000,00	\$ 24.641.666,67
<b>7</b>	\$ 50.000.000,00	\$ 16.666.666,67	\$ 6.380.000,00	\$ 23.046.666,67
<b>8</b>	\$ 33.333.333,33	\$ 16.666.666,67	\$ 4.785.000,00	\$ 21.451.666,67
<b>9</b>	\$ 16.666.666,67	\$ 16.666.666,67	\$ 3.190.000,00	\$ 19.856.666,67
<b>10</b>	\$ -	\$ 16.666.666,67	\$ 1.595.000,00	\$ 18.261.666,67
				<b>\$ 236.130.000,00</b>

En la elaboración del flujo de caja, para el cálculo de los costos, se tuvieron en cuenta precios constantes. Se estableció los costos de materia prima para cada uno de los platos ofrecidos en la carta, plato de hamburguesa de proteína animal y el plato de la hamburguesa de proteína vegetal, respectivamente cada uno de ellos con un costo de producción de \$ 16.818 y \$ 14.414 pesos colombianos, a partir de la Investigación de Mercado se definió un volumen de venta de 4.000 platos al mes (que es el 100%), de los cuales 2.600 corresponden a platos de hamburguesa de proteína animal y 1.400 a platos de la hamburguesa de proteína vegetal.

Se estima que el primer mes se tenga un volumen de venta del 40 %, con un incremento mensual del 5% hasta estabilizarse en el flujo de ventas estimado, para temporada baja en el 70% y en temporada alta del 100%. Teniendo los meses de Enero, Abril, Julio, Octubre y Diciembre como los de temporada alta. De igual manera se estableció el costo de nómina con la variación de temporada alta o baja.

Se establecieron costos constantes para servicios, materiales y utensilios, mantenimiento de maquinaria, limpieza e higiene y gastos administrativos. Los intereses y los abonos a la deuda se toman según la proyección del flujo de caja del crédito. Los impuestos varían según el estado de resultados de cada año.

Para la proyección de los ingresos se establece un precio de venta de \$25.500 para el plato de hamburguesa de proteína animal y de \$22.500 para el plato de la hamburguesa de proteína vegetal. Igualmente se plantea una política de venta donde por ninguna circunstancia habrá cuentas por cobrar.

Con las depreciaciones del edificio, equipos, mueble y cómputos se crea un fondo que hace parte de los recursos en Caja y Bancos, para diferenciar los recursos disponibles de los que deben ser reinvertidos en el negocio para garantizar operatividad del negocio de la forma más adecuada.

## Flujo de caja Año 1

**Tabla 24.** Flujo de caja Año 1(Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 1</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	17.490.820	\$	19.677.172	\$	21.863.524	\$ 24.049.877
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	8.072.038	\$	9.081.043	\$	10.090.047	\$ 11.099.052
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>25.562.858</b>	<b>\$</b>	<b>28.758.215</b>	<b>\$</b>	<b>31.953.572</b>	<b>\$ 35.148.929</b>
Nomina	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 8.651.907
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>42.517.978</b>	<b>\$</b>	<b>45.713.336</b>	<b>\$</b>	<b>48.908.693</b>	<b>\$ 52.104.050</b>
<b>Proyección ingresos año 1</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	26.520.000	\$	29.835.000	\$	33.150.000	\$ 36.465.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	12.600.000	\$	14.175.000	\$	15.750.000	\$ 17.325.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>39.120.000</b>	<b>\$</b>	<b>44.010.000</b>	<b>\$</b>	<b>48.900.000</b>	<b>\$ 53.790.000</b>
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>-\$</b>	<b>3.397.978</b>	<b>-\$</b>	<b>1.703.336</b>	<b>-\$</b>	<b>8.693</b>	<b>\$ 1.685.950</b>
	<b>\$</b>	<b>26.602.021,58</b>	<b>\$</b>	<b>24.898.685,98</b>	<b>\$</b>	<b>24.889.993,19</b>	<b>\$ 26.575.943,21</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 25.** Flujo de caja Año 1(Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 1</b>		<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	26.236.229	\$	28.422.582	\$	30.608.934	\$	30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	12.108.057	\$	13.117.062	\$	14.126.066	\$	14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>38.344.286</b>	<b>\$</b>	<b>41.539.643</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>
Nomina	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$	8.651.907
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388
Intereses								
Impuesto								
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>55.299.407</b>	<b>\$</b>	<b>58.494.764</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 1</b>		<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	39.780.000	\$	43.095.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	18.900.000	\$	20.475.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>58.680.000</b>	<b>\$</b>	<b>63.570.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	3.380.593	\$	5.075.236	\$	6.769.878	\$	6.769.878
	<b>\$</b>	<b>29.956.536,04</b>	<b>\$</b>	<b>35.031.771,68</b>	<b>\$</b>	<b>41.801.650,14</b>	<b>\$</b>	<b>48.571.528,60</b>
Depreciación restaurante								
Depreciación equipos, mueble y cómputos								
<b>Saldo en caja</b>								

**Tabla 26.** Flujo de caja Año 1(Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 1</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 37.167.991	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 341.070.980
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 17.153.081	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 157.404.741
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 54.321.072</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 498.475.721</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 112.023.222
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 14.355.000,00	\$ 14.355.000
Impuestos				\$ 7.273.002,85	\$ 7.273.003
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 75.376.360</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 106.590.434</b>	<b>\$ 731.765.509</b>

<b>Proyección ingresos año 1</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 56.355.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 517.140.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 26.775.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 245.700.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 83.130.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 762.840.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 7.753.640	\$ 6.769.878	-\$ 8.790.434	\$ 31.074.491
	<b>\$ 55.341.407,05</b>	<b>\$ 63.095.047,20</b>	<b>\$ 69.864.925,66</b>	<b>\$ 61.074.491,39</b>	<b>\$ 507.704.002</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 46.970.339,97</b>	<b>\$ 46.970.340</b>

## Balance General año 1

**Tabla 27.** Estado de costo del año 1

Materia prima	\$	498.475.721,26
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>498.475.721,26</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>112.023.221,50</b>
Servicios Públicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>662.528.846,76</b>

**Tabla 28.** Estado de resultados del año 1

Ingresos por ventas		\$	762.840.000,00
CMV		\$	662.528.846,76
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>100.311.153,24</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y cómputos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>38.598.342,82</b>
Intereses		\$	14.355.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>24.243.342,82</b>
Impuestos	0,3	\$	7.273.002,85
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>16.970.339,97</b>

**Tabla 29.** Balance General del año 1

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	46.970.339,97	\$	150.000.000,00
Fondo Depreciaciones	\$	14.104.151,42		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	27.754.029,45		
Edificio	\$	190.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	241.328.520,84
		<b>391.328.520,84</b>	<b>\$</b>	<b>391.328.520,84</b>



## Flujo de caja Año 2

**Tabla 30.** Flujo de caja Año 2 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 2</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 2</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>59.807.908,55</b>	<b>\$</b>	<b>66.577.787,01</b>	<b>\$</b>	<b>73.347.665,47</b>	<b>\$ 86.185.234,05</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 31.** Flujo de caja Año 2 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 2</b>		<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$	43.727.049	\$	30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$	20.180.095	\$	14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>
Nomina	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$	12.752.074	\$	8.651.907
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388
Intereses								
Impuestos								
Abono a la deuda								
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 2</b>		<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$	66.300.000	\$	46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$	31.500.000	\$	22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$	12.837.569	\$	6.769.878
	<b>\$</b>	<b>92.955.112,51</b>	<b>\$</b>	<b>99.724.990,97</b>	<b>\$</b>	<b>112.562.559,55</b>	<b>\$</b>	<b>119.332.438,01</b>
Depreciación restaurante								
Depreciación equipos, mueble y cómputos								
<b>Saldo en caja</b>								

**Tabla 32.** Flujo de caja Año 2 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 2</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 14.355.000,00	\$ 14.355.000
Impuestos				\$ 24.935.352,21	\$ 24.935.352
Abono a la deuda				\$ 16.666.666,67	\$ 16.666.667
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 140.919.450</b>	<b>\$ 912.600.027</b>
<b>Proyección ingresos año 2</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 43.119.450	\$ 55.619.973
	<b>\$ 126.102.316,46</b>	<b>\$ 138.939.885,04</b>	<b>\$ 145.709.763,50</b>	<b>\$ 102.590.313,21</b>	
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 88.486.161,79</b>	<b>\$ 88.486.162</b>

## Balance General año 2

**Tabla 33.** Estado de costo del año 2

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Públicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	3.267.180,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	12.217.372,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 34.** Estado de resultados del año 2

Ingresos por ventas		\$	968.220.000,00
CMV		\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y cómputos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>97.472.840,69</b>
Intereses		\$	14.355.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>83.117.840,69</b>
Impuestos	0,3	\$	24.935.352,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>58.182.488,48</b>

**Tabla 35.** Balance General del año 2

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	88.486.161,79	\$	133.333.333,33
Fondo Depreciaciones	\$	28.208.302,84		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	23.649.878,03		
Edificio	\$	180.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	299.511.009,33
	<b>\$</b>	<b>432.844.342,66</b>	<b>\$</b>	<b>432.844.342,66</b>

### Flujo de caja Año 3

**Tabla 36.** Flujo de caja Año 3 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 3</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
Compra equipos muebles y computos							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 3</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>101.323.730,37</b>	<b>\$</b>	<b>108.093.608,83</b>	<b>\$</b>	<b>114.863.487,29</b>	<b>\$ 127.701.055,87</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 37.** Flujo de caja Año 3 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 3</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses				
Impuestos				
Abono a la deuda				
Compra equipos muebles y computos				
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 3</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878
	<b>\$ 134.470.934,33</b>	<b>\$ 141.240.812,78</b>	<b>\$ 154.078.381,36</b>	<b>\$ 160.848.259,82</b>
Depreciación restaurante				
Depreciación equipos, mueble y cómputos				
<b>Saldo en caja</b>				

**Tabla 38.** Flujo de caja Año 3 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 3</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 12.760.000,00	\$ 12.760.000
Impuestos				\$ 24.726.852,21	\$ 24.726.852
Abono a la deuda				\$ 16.666.666,67	\$ 16.666.667
Compra equipos muebles y computos				\$ 2.290.000,00	\$ 2.290.000
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 141.405.950</b>	<b>\$ 913.086.527</b>

<b>Proyección ingresos año 3</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 43.605.950	\$ 55.133.473
	<b>\$ 167.618.138,28</b>	<b>\$ 180.455.706,86</b>	<b>\$ 187.225.585,32</b>	<b>\$ 143.619.635,03</b>	<b>\$ 1.721.539.336</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 129.515.483,61</b>	<b>\$ 129.515.484</b>

### Balance General año 3

**Tabla 39.** Estado de costo del año 3

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 40.** Estado de resultados del año 3

Ingresos por ventas	\$	968.220.000,00
CMV	\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>	<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración	\$	47.608.659,00
Compra equipos muebles y computos	\$	2.290.000,00
Depreciación restaurante	\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos	\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>	<b>\$</b>	<b>95.182.840,69</b>
Intereses	\$	12.760.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>	<b>\$</b>	<b>82.422.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$ 24.726.852,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$ 57.695.988,48</b>

**Tabla 41.** Balance General del año 3

	<b>Activos</b>	<b>Pasivos</b>
Caja y Bancos	\$ 129.515.483,61	\$ 116.666.666,67
Fondo Depreciaciones	\$ 42.312.454,26	
Cuentas por cobrar	\$ -	
Muebles y equipos	\$ 21.835.726,61	
Edificio	\$ 170.000.000,00	
Lote	\$ 112.500.000,00	
Patrimonio		\$ 359.496.997,81
	<b>476.163.664,48</b>	<b>\$ 476.163.664,48</b>



## Flujo de caja Año 4

**Tabla 42.** Flujo de caja Año 4 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 4</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses				
Impuestos				
Abono a la deuda				
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 4</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$ 142.353.052,19</b>	<b>\$ 149.122.930,65</b>	<b>\$ 155.892.809,10</b>	<b>\$ 168.730.377,68</b>
Depreciación restaurante				
Depreciación equipos, mueble y cómputos				
<b>Saldo en caja</b>				

**Tabla 43.** Flujo de caja Año 4 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 4</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses				
Impuestos				
Abono a la deuda				
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 4</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878
	<b>\$ 175.500.256,14</b>	<b>\$ 182.270.134,60</b>	<b>\$ 195.107.703,18</b>	<b>\$ 201.877.581,64</b>
Depreciación restaurante				
Depreciación equipos, mueble y cómputos				
<b>Saldo en caja</b>				

**Tabla 44.** Flujo de caja Año 4 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 4</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 11.165.000	\$ 11.165.000
Impuestos				\$ 25.892.352	\$ 25.892.352
Abono a la deuda				\$ 16.666.667	\$ 16.666.667
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 138.686.450</b>	<b>\$ 910.367.027</b>
<b>Proyección ingresos año 4</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 40.886.450	\$ 57.852.973
	<b>\$ 208.647.460,10</b>	<b>\$ 221.485.028,68</b>	<b>\$ 228.254.907,13</b>	<b>\$ 187.368.456,84</b>	<b>\$ 2.216.610.698</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 173.264.305,42</b>	<b>\$ 173.264.305</b>

## Balance General año 4

**Tabla 45.** Estado de costo del año 4

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 46.** Estado de resultados del año 4

Ingresos por ventas		\$	968.220.000,00
CMV		\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>97.472.840,69</b>
Intereses		\$	11.165.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>86.307.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$	25.892.352,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>60.415.488,48</b>

**Tabla 47.** Balance General del año 4

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	173.264.305,42	\$	100.000.000,00
Fondo Depreciaciones	\$	56.416.605,68		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	17.731.575,19		
Edificio	\$	160.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	419.912.486,29
		<b>519.912.486,29</b>		<b>\$ 519.912.486,29</b>

## Flujo de caja Año 5

**Tabla 48.** Flujo de caja Año 5 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 5</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
Compra equipos muebles y computos							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 5</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>186.101.874,00</b>	<b>\$</b>	<b>192.871.752,46</b>	<b>\$</b>	<b>199.641.630,92</b>	<b>\$ 212.479.199,50</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 49.** Flujo de caja Año 5 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 5</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses				
Impuestos				
Abono a la deuda				
Compra equipos muebles y computos				
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 5</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878
	<b>\$ 219.249.077,96</b>	<b>\$ 226.018.956,42</b>	<b>\$ 238.856.525,00</b>	<b>\$ 245.626.403,45</b>
Depreciación restaurante				
Depreciación equipos, mueble y cómputos				
<b>Saldo en caja</b>				

**Tabla 50.** Flujo de caja Año 5 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 5</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 9.570.000	\$ 9.570.000
Impuestos				\$ 25.218.852	\$ 25.218.852
Abono a la deuda				\$ 16.666.667	\$ 16.666.667
Compra equipos muebles y computos				\$ 3.840.000	\$ 3.840.000
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 140.257.950</b>	<b>\$ 911.938.527</b>
<b>Proyección ingresos año 5</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 42.457.950	\$ 56.281.473
	<b>\$ 252.396.281,91</b>	<b>\$ 265.233.850,49</b>	<b>\$ 272.003.728,95</b>	<b>\$ 229.545.778,66</b>	<b>\$ 2.740.025.060</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 215.441.627,24</b>	<b>\$ 215.441.627</b>

## Balance General año 5

**Tabla 51.** Estado de costo del año 5

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 52.** Estado de resultados del año 5

Ingresos por ventas		\$	968.220.000,00
CMV		\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Compra equipos muebles y computos		\$	3.840.000,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>93.632.840,69</b>
Intereses		\$	9.570.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>84.062.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$	25.218.852,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>58.843.988,48</b>

**Tabla 53.** Balance General del año 5

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	215.441.627,24	\$	83.333.333,33
Fondo Depreciaciones	\$	70.520.757,10		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	17.467.423,77		
Edificio	\$	150.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	482.596.474,78
		<b>565.929.808,11</b>		<b>\$ 565.929.808,11</b>



## Flujo de caja Año 6

**Tabla 54.** Flujo de caja Año 6 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 6</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
Compra equipos muebles y computos							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 6</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>228.279.195,82</b>	<b>\$</b>	<b>235.049.074,28</b>	<b>\$</b>	<b>241.818.952,74</b>	<b>\$ 254.656.521,32</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 55.** Flujo de caja Año 6 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 6</b>	<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$	43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$	20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$	12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
Compra equipos muebles y computos							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 6</b>	<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$	66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$	31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$	12.837.569	\$ 6.769.878
	<b>\$</b>	<b>261.426.399,77</b>	<b>\$</b>	<b>268.196.278,23</b>	<b>\$</b>	<b>281.033.846,81</b>	<b>\$ 287.803.725,27</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 56.** Flujo de caja Año 6 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 6</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 7.975.000	\$ 7.975.000
Impuestos				\$ 26.162.352	\$ 26.162.352
Abono a la deuda				\$ 16.666.667	\$ 16.666.667
Compra equipos muebles y computos				\$ 2.290.000	\$ 2.290.000
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 138.056.450</b>	<b>\$ 909.737.027</b>
<b>Proyección ingresos año 6</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 40.256.450	\$ 58.482.973
	<b>\$ 294.573.603,73</b>	<b>\$ 307.411.172,31</b>	<b>\$ 314.181.050,77</b>	<b>\$ 273.924.600,48</b>	<b>\$ 3.248.354.422</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 259.820.449,06</b>	<b>\$ 259.820.449</b>

## Balance General año 6

**Tabla 57.** Estado de costo del año 6

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 58.** Estado de resultados del año 6

Ingresos por ventas		\$	968.220.000,00
CMV		\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Compra equipos muebles y computos		\$	2.290.000,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>95.182.840,69</b>
Intereses		\$	7.975.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>87.207.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$	26.162.352,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>61.045.488,48</b>

**Tabla 59.** Balance General del año 6

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	215.441.627,24	\$	66.666.666,67
Fondo Depreciaciones	\$	84.624.908,52		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	15.653.272,35		
Edificio	\$	140.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	501.553.141,44
		<b>568.219.808,11</b>		<b>\$ 568.219.808,11</b>

## Flujo de caja Año 7

**Tabla 60.** Flujo de caja Año 7 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 7</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 7</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>228.279.195,82</b>	<b>\$</b>	<b>235.049.074,28</b>	<b>\$</b>	<b>241.818.952,74</b>	<b>\$ 254.656.521,32</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 61.** Flujo de caja Año 7 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 7</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses				
Impuestos				
Abono a la deuda				
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 7</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878
	<b>\$ 261.426.399,77</b>	<b>\$ 268.196.278,23</b>	<b>\$ 281.033.846,81</b>	<b>\$ 287.803.725,27</b>
Depreciación restaurante				
Depreciación equipos, mueble y cómputos				
<b>Saldo en caja</b>				

**Tabla 62.** Flujo de caja Año 7 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 7</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 6.380.000	\$ 6.380.000
Impuestos				\$ 27.327.852	\$ 27.327.852
Abono a la deuda				\$ 16.666.667	\$ 16.666.667
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 135.336.950</b>	<b>\$ 907.017.527</b>
<b>Proyección ingresos año 7</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 37.536.950	\$ 61.202.473
	<b>\$ 294.573.603,73</b>	<b>\$ 307.411.172,31</b>	<b>\$ 314.181.050,77</b>	<b>\$ 276.644.100,48</b>	<b>\$ 3.251.073.922</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 262.539.949,06</b>	<b>\$ 262.539.949</b>

## Balance General año 7

**Tabla 63.** Estado de costo del año 7

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 64.** Estado de resultados del año 7

Ingresos por ventas		\$	968.220.000,00
CMV		\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>97.472.840,69</b>
Intereses		\$	6.380.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>91.092.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$	27.327.852,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>63.764.988,48</b>

**Tabla 65.** Balance General del año 7

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	262.539.949,06	\$	50.000.000,00
Fondo Depreciaciones	\$	98.729.059,94		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	11.549.120,93		
Edificio	\$	130.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	565.318.129,93
		<b>615.318.129,93</b>		<b>\$ 615.318.129,93</b>



## Flujo de caja Año 8

**Tabla 66.** Flujo de caja Año 8 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 8</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 8</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>275.377.517,64</b>	<b>\$</b>	<b>282.147.396,09</b>	<b>\$</b>	<b>288.917.274,55</b>	<b>\$ 301.754.843,13</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 67.** Flujo de caja Año 8 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 8</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses				
Impuestos				
Abono a la deuda				
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 8</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878
	<b>\$ 308.524.721,59</b>	<b>\$ 315.294.600,05</b>	<b>\$ 328.132.168,63</b>	<b>\$ 334.902.047,09</b>
Depreciación restaurante				
Depreciación equipos, mueble y cómputos				
<b>Saldo en caja</b>				

**Tabla 68.** Flujo de caja Año 8 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 8</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 4.785.000	\$ 4.785.000
Impuestos				\$ 27.806.352	\$ 27.806.352
Abono a la deuda				\$ 16.666.667	\$ 16.666.667
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 134.220.450</b>	<b>\$ 905.901.027</b>
<b>Proyección ingresos año 8</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 36.420.450	\$ 62.318.973
	<b>\$ 341.671.925,55</b>	<b>\$ 354.509.494,13</b>	<b>\$ 361.279.372,58</b>	<b>\$ 324.858.922,29</b>	<b>\$ 3.817.370.283</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 310.754.770,87</b>	<b>\$ 310.754.771</b>

## Balance General año 8

**Tabla 69.** Estado de costo del año 8

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 70.** Estado de resultados del año 8

Ingresos por ventas		\$	968.220.000,00
CMV		\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>97.472.840,69</b>
Intereses		\$	4.785.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>92.687.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$	27.806.352,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>64.881.488,48</b>

**Tabla 71.** Balance General del año 8

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	310.754.770,87	\$	33.333.333,33
Fondo Depreciaciones	\$	112.833.211,36		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	7.444.969,51		
Edificio	\$	120.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	630.199.618,41
		<b>663.532.951,74</b>		<b>\$ 663.532.951,74</b>

## Flujo de caja Año 9

**Tabla 72.** Flujo de caja Año 9 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 9</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
Compra equipos muebles y computos							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 9</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>323.592.339,45</b>	<b>\$</b>	<b>330.362.217,91</b>	<b>\$</b>	<b>337.132.096,37</b>	<b>\$ 349.969.664,95</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 73.** Flujo de caja Año 9 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 9</b>	<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$	43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$	20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$	12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
Compra equipos muebles y computos							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 9</b>	<b>May</b>		<b>Jun</b>		<b>Jul</b>		<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$	66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$	31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$	12.837.569	\$ 6.769.878
		<b>\$ 356.739.543,41</b>		<b>\$ 363.509.421,87</b>		<b>\$ 376.346.990,45</b>	<b>\$ 383.116.868,90</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 74.** Flujo de caja Año 9 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 9</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 3.190.000	\$ 3.190.000
Impuestos				\$ 27.597.852	\$ 27.597.852
Abono a la deuda				\$ 16.666.667	\$ 16.666.667
Compra equipos muebles y computos				\$ 2.290.000	\$ 2.290.000
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 134.706.950</b>	<b>\$ 906.387.527</b>
<b>Proyección ingresos año 9</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 36.906.950	\$ 61.832.473
	<b>\$ 389.886.747,36</b>	<b>\$ 402.724.315,94</b>	<b>\$ 409.494.194,40</b>	<b>\$ 372.587.244,11</b>	<b>\$ 4.395.461.645</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 358.483.092,69</b>	<b>\$ 358.483.093</b>

## Balance General año 9

**Tabla 75.** Estado de costo del año 9

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>124.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 76.** Estado de resultados del año 9

Ingresos por ventas		\$	968.220.000,00
CMV		\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>		<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración		\$	47.608.659,00
Compra equipos muebles y computos		\$	2.290.000,00
Depreciación restaurante		\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos		\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>95.182.840,69</b>
Intereses		\$	3.190.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>		<b>\$</b>	<b>91.992.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$	27.597.852,21
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$</b>	<b>64.394.988,48</b>

**Tabla 77.** Balance General del año 9

	<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Caja y Bancos	\$	358.483.092,69	\$	16.666.666,67
Fondo Depreciaciones	\$	126.937.362,78		
Cuentas por cobrar	\$	-		
Muebles y equipos	\$	5.630.818,09		
Edificio	\$	110.000.000,00		
Lote	\$	112.500.000,00		
Patrimonio			\$	696.884.606,89
		<b>713.551.273,56</b>		<b>\$ 713.551.273,56</b>



## Flujo de caja Año 10

**Tabla 78.** Flujo de caja Año 10 (Periodo Enero, Febrero, Marzo y Abril.)

<b>Presupuesto Costos año 10</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	43.727.049	\$	30.608.934	\$	30.608.934	\$ 43.727.049
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	20.180.095	\$	14.126.066	\$	14.126.066	\$ 20.180.095
<b>Total materia prima</b>	<b>\$</b>	<b>63.907.144</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$</b>	<b>44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>
Nomina	\$	12.752.074	\$	8.651.907	\$	8.651.907	\$ 12.752.074
Servicios	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$	2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$	272.265	\$	272.265	\$	272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$	200.000	\$	200.000	\$	200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$	1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$	3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses							
Impuestos							
Abono a la deuda							
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$</b>	<b>84.962.431</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$</b>	<b>61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>
<b>Proyección ingresos año 10</b>	<b>Ene</b>		<b>Feb</b>		<b>Mar</b>		<b>Abr</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$	66.300.000	\$	46.410.000	\$	46.410.000	\$ 66.300.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$	31.500.000	\$	22.050.000	\$	22.050.000	\$ 31.500.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$</b>	<b>97.800.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$</b>	<b>68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$	12.837.569	\$	6.769.878	\$	6.769.878	\$ 12.837.569
	<b>\$</b>	<b>371.320.661,27</b>	<b>\$</b>	<b>378.090.539,73</b>	<b>\$</b>	<b>384.860.418,19</b>	<b>\$ 397.697.986,77</b>
Depreciación restaurante							
Depreciación equipos, mueble y cómputos							
<b>Saldo en caja</b>							

**Tabla 79.** Flujo de caja Año 10 (Periodo Mayo, Junio, Julio, Agosto.)

<b>Presupuesto Costos año 10</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388
Intereses				
Impuestos				
Abono a la deuda				
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>
<b>Proyección ingresos año 10</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878
	<b>\$ 404.467.865,22</b>	<b>\$ 411.237.743,68</b>	<b>\$ 424.075.312,26</b>	<b>\$ 430.845.190,72</b>
Depreciación restaurante				
Depreciación equipos, mueble y cómputos				
<b>Saldo en caja</b>				

**Tabla 80.** Flujo de caja Año 10 (Periodo Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.)

<b>Presupuesto Costos año 10</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 30.608.934	\$ 43.727.049	\$ 432.897.783
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 14.126.066	\$ 20.180.095	\$ 199.782.940
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 44.735.001</b>	<b>\$ 63.907.144</b>	<b>\$ 632.680.723</b>
Nomina	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 8.651.907	\$ 12.752.074	\$ 124.323.722
Servicios	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 2.845.446	\$ 34.145.352
Materiales y utensilios	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 272.265	\$ 3.267.180
Mantenimiento de maquinaria	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Limpieza e higiene	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 1.018.114	\$ 12.217.372
Gastos administrativos	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 3.967.388	\$ 47.608.659
Intereses				\$ 1.595.000	\$ 1.595.000
Impuestos				\$ 28.763.352	\$ 28.763.352
Abono a la deuda				\$ 16.666.667	\$ 16.666.667
<b>Total gastos mes</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 84.962.431</b>	<b>\$ 61.690.122</b>	<b>\$ 131.987.450</b>	<b>\$ 903.668.027</b>
<b>Proyección ingresos año 10</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Plato combo hamburguesa animal	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 46.410.000	\$ 66.300.000	\$ 656.370.000
Plato combo hamburguesa vegetal	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 22.050.000	\$ 31.500.000	\$ 311.850.000
<b>Total ingreso</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 68.460.000</b>	<b>\$ 97.800.000</b>	<b>\$ 968.220.000</b>
Flujo de Caja Neto	\$ 6.769.878	\$ 12.837.569	\$ 6.769.878	-\$ 34.187.450	\$ 64.551.973
	<b>\$ 437.615.069,18</b>	<b>\$ 450.452.637,76</b>	<b>\$ 457.222.516,22</b>	<b>\$ 423.035.065,93</b>	<b>\$ 4.970.921.007</b>
Depreciación restaurante				\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000
Depreciación equipos, mueble y cómputos				\$ 4.104.151,42	\$ 4.104.151
<b>Saldo en caja</b>				<b>\$ 408.930.914,51</b>	<b>\$ 408.930.915</b>

## Balance General año 10

**Tabla 81.** Estado de costo del año 10

Materia prima	\$	632.680.723,14
<b>Costos de materia directa</b>	<b>\$</b>	<b>632.680.723,14</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$</b>	<b>24.323.721,75</b>
Servicios Publicos	\$	34.145.352,00
Limpieza e higiene	\$	12.217.372,00
Mantenimiento de maquinaria	\$	2.400.000,00
Materiales de servicio y producción	\$	3.267.180,00
<b>Costos indirectos de producción</b>	<b>\$</b>	<b>52.029.904,00</b>
<b>Costos de productos</b>	<b>\$</b>	<b>809.034.348,89</b>

**Tabla 82.** Estado de resultados del año 10

Ingresos por ventas	\$	968.220.000,00
CMV	\$	809.034.348,89
<b>Margen bruto</b>	<b>\$</b>	<b>159.185.651,11</b>
Gastos de administración	\$	47.608.659,00
Depreciación restaurante	\$	10.000.000,00
Depreciación equipos, mueble y computos	\$	4.104.151,42
<b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b>	<b>\$</b>	<b>97.472.840,69</b>
Intereses	\$	1.595.000,00
<b>Utilidad Antes de impuestos</b>	<b>\$</b>	<b>95.877.840,69</b>
Impuetos	0,3	\$ 28.763.352,21
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$</b>	<b>67.114.488,48</b>

**Tabla 83.** Balance General del año 10

	<b>Activos</b>	<b>Pasivos</b>
Caja y Bancos	\$ 408.930.914,51	\$ -
Fondo Depreciaciones	\$ 141.041.514,20	
Cuentas por cobrar	\$ -	
Muebles y equipos	\$ 1.526.666,67	
Edificio	\$ 100.000.000,00	
Lote	\$ 112.500.000,00	
Patrimonio		\$ 763.999.095,38
	<b>763.999.095,38</b>	<b>\$ 763.999.095,38</b>

**Tabla 84.** Calculo de la TIR y VPN

<b>Inversión</b>	<b>-\$</b>	<b>374.358.180,87</b>
<b>1</b>	\$	31.074.491
<b>2</b>	\$	55.619.973
<b>3</b>	\$	55.133.473
<b>4</b>	\$	57.852.973
<b>5</b>	\$	56.281.473
<b>6</b>	\$	58.482.973
<b>7</b>	\$	61.202.473
<b>8</b>	\$	62.318.973
<b>9</b>	\$	61.832.473
<b>10</b>	\$	177.051.973
<b>TIO</b>		10,00%
<b>TIR</b>		10,19%
<b>VPN</b>	<b>\$</b>	<b>3.716.723</b>

Para calcular la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN) se tuvo en cuenta el valor anual del año 1 al 9, del flujo de caja neto y en el año 10 a este se le adiciona el valor del lote, ya que este no se deprecia tomándolo como valor de retoma, con una tasa interna de oportunidad (TIO) o tasa de descuento (TD) del 10%.

## **8. Análisis de Resultados**

Después de realizar el flujo de caja y obtener el flujo de caja neto, se calculó la tasa interna de retorno (TIR) la cual da por encima de la tasa interna de oportunidad, dando un valor presente neto (VPN) de \$3.716.723, indicando que el plan de negocio para crear un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el Municipio de Santa Rosa de Cabal, es viable.

## **9. Conclusiones**

Como resultado de la encuesta realizada a los posibles clientes se tiene que más del 60% de los encuestados quisiera encontrar comida rápida saludable, están dispuestos a pagar entre \$10.000 y \$25.000 por plato, con mayor inclinación por las hamburguesas.

En los resultados de la encuesta de la posible competencia se observó poca oferta de comida rápida saludable, una intensidad de venta en un fin de semana de temporada baja de 66 a 200 platos y en temporada alta de 235 a 700 platos, con un costo promedio entre los \$10.000 y \$25.000.

Se puede concluir mediante el estudio de mercado, que existe una oportunidad de negocio en el sector rural del Municipio de Santa Rosa de Cabal de un restaurante de comida rápida saludable, ya que no se cuenta con una competencia directa, si no de tipo comercial, favoreciendo la idea de negocio. Además se cuenta con un gran potencial de clientes dispuestos a invertir en su bienestar y salud, a los que se les puede ofrecer un menú de su agrado y gusto como es la hamburguesa con los mejores estándares de calidad y servicio.

A partir del análisis de los posibles proveedores estos en su gran mayoría están localizados en las principales ciudades capitales, lo cual demarca una debilidad en el abastecimiento de la materia prima puesto que cualquier bloqueo en las vías o alza en el transporte afectará directamente el suministro y costo de las mismas, por lo cual se deberá buscar otras opciones en el eje cafetero o de producción de los mismos.

El proceso técnico operativo debe garantizar un tiempo de atención adecuado, costo moderado y la materia prima limpia, saludable, libre de aditivos y conservantes, garantizando las buenas prácticas de manufactura y eliminando el paradigma de los consumidores de que la comida rápida es poco saludable o “Chatarra”.

La atención al cliente es un factor crítico en cualquier negocio de prestación de servicios, por ende el personal seleccionado debe ajustarse a los perfiles que la empresa requiere con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y de la empresa.

En Colombia se encuentra ampliamente regulado el funcionamiento de los restaurantes por los cuales los requerimientos legales hacen parte fundamental en el desarrollo de la actividad comercial, garantizando la inocuidad y asepsia de los alimentos e instalaciones, las buenas prácticas de manufactura (BPM), el cumplimiento de las obligaciones salariales y de prestacionales del personal y el adecuado funcionamiento en armonía con el medio ambiente causando el menor impacto posible.

Para ser competitivo en el mercado un restaurante de comida saludable, sus precios de venta deben ser equiparables a los de la competencia, motivo por el cual su margen de utilidad se ve afectada por el alto costo de la materia prima requerida para su producción.

La creación de un restaurante de comida rápida saludable dirigido a grupos familiares en el municipio de Santa Rosa de Cabal en el sector turístico es viable, aunque su tasa de retorno es baja.

## **10. Recomendaciones**

Antes de realizar cualquier tipo de inversión financiera, es importante realizar el estudio de mercado, el estudio técnico-operativo, administrativo y legal para dimensionar el alcance del negocio que se plantea, teniendo esta claridad realizar el estudio financiero para determinar la viabilidad económica o en su efecto poder plantear las modificaciones necesarias que puedan hacerlo viable o descartar la idea de negocio.

Al momento de realizar las encuestas para el estudio de mercado, es fundamental formular preguntas que aporten la información necesaria y suficiente para la toma de decisiones en el estudio técnico operativo, administrativo y financiero, tanto de los posibles clientes como de la competencia comercial y directa.

El proceso técnico operativo debe soportarse en diagramas sencillos, de fácil lectura, sin dejar ningún detalle por fuera de él, tanto de producción, recepción, distribución como lo organizacional, para tener un panorama claro del negocio que se verá reflejado en el correcto funcionamiento y la prestación del servicio.

Para lograr una mejor rentabilidad del negocio se debe buscar estrategias que permitan incrementar los flujos de venta y disminuir los costos de producción sin afectar la calidad del producto y del servicio.

## 11. Referencias bibliográficas

- Aguirre, A. (2013). Manual de buenas prácticas de manipulación: Higiene y manipulación de alimentos. pp. 88
- Alcaldía de Santa Rosa de Cabal. (2014). Desarrollo turístico de Santa Rosa de Cabal “visión 2044”.
- Aldunate, E; Córdoba, J. (2011). Formulación de programas con la metodología de marco lógico: manual. Serie 68. CEPAL. ILPES. Santiago de Chile. Publicación virtual recuperada de: [https://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/0/43220/SM\\_N68\\_Formulacion\\_prog\\_metodologia\\_ML.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/0/43220/SM_N68_Formulacion_prog_metodologia_ML.pdf)
- Amariles, J.D. (2012). Caracterización del servicio turístico de Santa Rosa de Cabal, Investigación realizada mediante el Programa Jóvenes Investigadores e Innovadores “Virginia Gutiérrez De Pineda” de Colciencias. Convocatoria 510 de 2010.
- ANDI. (2017). Colombia: Balance 2017 y perspectivas 2018. Publicación virtual recuperada de: <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDIBalance2017Perspectivas%202018.pdf>
- Ardila, F; Valoyes E; Melo M.(2013). Documento nacional hábitos y prácticas alimentarias. Hallazgos nacionales a partir del análisis departamental PAE-UNAL. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Medicina. Departamento de Nutrición Humana. Bogotá.
- Benjarano et. al. (2016). Consumo de marcas internacionales de Comida Rápida en los jóvenes y adultos entre 17 y 30 años de la ciudad de Bogotá y su impacto en el mercado alimenticio. Universidad Jorge Tadeo Lozano. pp. 28
- Buitrago, S; Villegas, C. 2017. Estilos de vida saludable y la relación con la tecnología. Universidad EAFIT. Medellín. pp. 35
- Cámara de comercio de Pereira y Gobernación de Risaralda. (2009). Plan de desarrollo turístico de Santa Rosa de Cabal. pp. 97.
- Cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal. (2010). Comportamiento empresarial del Municipio de Santa Rosa de Cabal. pp. 26.
- Cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal. (2011). Estudio socio-económico del Municipio de Santa Rosa de Cabal. pp. 270.



- Cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal. (2012). Caracterización del servicio turístico de Santa Rosa de Cabal. Programa jóvenes investigadores e innovadores: Convocatoria 510 de 2010. pp. 178.
- Cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal. (2014). Caracterización empresarial formulación plan estratégico sector comercio del municipio de Santa Rosa de Cabal. pp. 49.
- Cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal. (2014). Plan estratégico sector comercio de Santa Rosa de Cabal. pp. 58.
- Cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal. (2017). Estudio socio-económico de Santa Rosa de Cabal. pp. 65.
- Consejo Municipal de Santa Rosa de Cabal. (2000). Acuerdo 028: “Por el cual se adopta el Plan Básico de Ordenamiento Territorial del Municipio de Santa Rosa de Cabal, se aprueba el Documento Técnico Soporte, Planos Generales y se dictan otras disposiciones”.
- DANE. (2016). Encuesta de gasto en turismo interno 2014-2015: boletín técnico. Colombia. pp. 35.
- DANE. (2017). Encuesta anual de servicios- EAS 2015-2016: Boletín técnico. Colombia. pp. 10-13
- Colque, B; Jarro, G. (2015). Consumo responsable para una correcta alimentación y nutrición, Llalla gua Norte de Potosí, PRODII.
- Cortés, M. E. C. y León, M. I. (2005). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. Universidad Autónoma del Carmen.
- Duyoner, M; Sareh, S; Pereira, A. (2017). Restaurante casual de comida rápida saludable implementado en Colombia. Bogotá. CESA.
- FAO. (2015). Los conservantes y los efectos nocivos para la salud. Revista Come Bien. Disponible en línea: <https://comebien.co/los-conservantes-y-sus-efectos-nocivos-para-la-salud>.
- Hurtado, V; Salamea, J. (2012). Rediseño de estructura organizacional del grupo corporativo lineal en base a los procesos del SGC y competencias. Universidad de Azuay. Ecuador
- ICONTEC. (2009). Norma Técnica Colombiana GTC 24. Gestión Ambiental. Residuos sólidos. Guía para la separación en la fuente.
- ICONTEC. (2012). Norma Técnica NTC-USNA Sectorial Colombiana 006. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica.

- Lago, J.A.; Sirgado, M; Lamas, A. (2011). El Consumo de Comida Rápida. Situación en el mundo y acercamiento autonómico. EAE Business Scholl. ISSN: 1989 – 9580.
- Londoño, J; Gonzalo, J. (2008). Las P's de mercadeo: Algunas presiones. Universidad de EAFIT. Medellín, Colombia. ISSN 1692-0279
- Mancera, H. (2018). Caracterización del sector turismo 2017: Certificado de sostenibilidad turística. Documento no público. Entrevista a Hugo Manceras, Secretaria de Cultura y Turismo de la Alcaldía de Santa Rosa de Cabal. Grabación por Cárdenas, L y Santa, M en el municipio, Abril 05 de 2018.
- Ministerio de Agricultura. (1978). Decreto 1541: “Por el cual se reglamenta la Parte III del Libro II del Decreto Ley 2811 de 1974 de las aguas no marítimas y parcialmente la Ley 23 de 1973.
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2005). Decreto 1538: “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 361 de 1997.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2010). Decreto 3930. “Por el cual se reglamenta parcialmente el Título I de la Ley 9ª de 1979, así como el Capítulo II del Título VI. Parte III Libro II del Decreto ley 2811 de 1974 en cuanto a usos del agua y residuos líquidos y se dictan otras disposiciones”
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2015). Decreto 4741: “Por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y manejo de los residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral”.
- Ministerio de Desarrollo Económico. (1999). Decreto 2395: “Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico”.
- Ministerio de Salud Pública. (1997). Decreto 3075 “Por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979.
- Ministro de Desarrollo Económico. (2002). Decreto 1713: “Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos”.
- Ministro de Salud y Protección Social. (2013). Resolución 2674: “Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto-ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones”.

- Ministro de Salud y Protección Social. (2007). Decreto 1575: “Por el cual se establece el sistema para la protección y control de la calidad del agua para consumo humano”.
- Ministerio de Salud.(2002). Decreto 60: “Por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - HACCP en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación”.
- Ministerio de Salud.(2007). Resolución 2905: “Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne y productos cárnicos comestibles de las especies bovina y bufalina destinados para el consumo humano y las disposiciones para su beneficio, desposte, almacenamiento, comercialización, expendio, transporte, importación o exportación”.
- Ministerio de Salud. (2014). Abecé de la alimentación saludable. Colombia. Artículo recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/abc-alimentacion-saludable.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (1950). Código Sustantivo del Trabajo. Adoptado por el Decreto Ley 2663.
- Mintzberg, H. (2005). La estructura de las organizaciones. Ed. Ariel S.A. ISBN 13 9788434405417. España. pp. 560.
- Nielsen. (2015). Estilos de vida generacional: Cómo vivimos, comemos, jugamos, trabajamos y ahorramos para nuestro futuro. pp. 18. Artículo recuperado de <https://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/latam/docs/reports/2016/EstilosdeVidaGeneracionales.pdf>
- Nielsen. (2017). La revolución de los alimentos en América Latina. Artículo recuperado de <http://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/latam/docs/reports/OnePageReportFoodRevolution2017.pdf>
- Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocios: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. ISBN 978-84-234-2841-0. España
- Revista Dinero. (2014). Restaurantes: Sólo para niños. Artículo recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresanegocios/articulo/abren-restaurantes-para-ninos/193551>
- Ríos, OF. (2011). Metodología para análisis financiero para PyMEs. Universidad de las Américas Puebla. Escuela de negocios y economía. México.

Sampieri, RH; Collado, CF; Batista, MP. (2010). Metodología de la investigación. ed. 5. Ed. McGraw-Hill. ISBN 978-607-15-0291-9. México.

Stoll et. al. (2016). Healthy Fast Food: Evaluating a new approach to improving the food environment. Esmée Fairbairn Foundation.

UNID-Universidad Interamericana para el desarrollo. (2014). Introducción a la gastronomía: Tendencia de consumo y tendencia gastronómicas. Bloque C. Cap. 3. Publicación virtual recuperada de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/ADI/GT/IG/IG03/IG03Lectura.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ADI/GT/IG/IG03/IG03Lectura.pdf)